

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Subdirección de Estudios de Posgrado



UANL

**CONSUMO DE CONTENIDOS MEDIÁTICOS Y SU
RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LAS ADICCIONES A
LAS DROGAS EN ADOLESCENTES EN LA ZONA
CONURBADA DE MONTERREY**

Por

ROSA LILIBETH LIRA SALAZAR

**Como requisito parcial para obtener el Grado de DOCTOR
EN FILOSOFÍA con ORIENTACIÓN en Comunicación e
Innovación Educativa**

Marzo, 2026



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Subdirección de Estudios de Posgrado



CONSUMO DE CONTENIDOS MEDIÁTICOS Y SU
RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LAS ADICCIONES A
LAS DROGAS EN ADOLESCENTES EN LA ZONA
CONURBADA DE MONTERREY

QUE PRESENTA

ROSA LILIBETH LIRA SALAZAR

**Como requisito parcia para obtener el Grado de DOCTOR
EN FILOSOFÍA con ORIENTACIÓN en Comunicación e
Innovación Educativa**

Director de tesis
DRA. JANET GARCÍA GONZÁLEZ

Monterrey, Nuevo León, México. A 11 de marzo de 2026



UANL

HOJA DE APROBACIÓN POR EL COMITÉ DE TESIS

CONSUMO DE CONTENIDOS MEDIÁTICOS Y SU RELACIÓN CON EL
DESARROLLO DE LAS ADICCIONES A LAS DROGAS EN ADOLESCENTES EN
LA ZONA CONURBADA DE MONTERREY

Aprobación de la Tesis

DRA. JANET GARCÍA GONZÁLEZ

Directora de Tesis

DRA. PATRICIA GEORGINA LLAMAS VILLARREAL

Presidente del Comité de Tesis

DRA. CARMEN DINORAH GARCIA RETES

Secretario del Comité de Tesis

DRA. ALMA ELENA GUTÉRREZ LEYTON

Vocal del Comité de Tesis

DRA. GUADALUPE MARIBEL HERNÁNDEZ MUÑOZ

Vocal del Comité de Tesis

DR. JOSÉ GREGORIO JR. ALVARADO PÉREZ

Vocal del Comité de Tesis

DRA. PATRICIA GEORGINA LLAMAS VILLARREAL

Subdirectora de Estudios de Posgrado



UANL

**CONSUMO DE CONTENIDOS MEDIÁTICOS Y SU RELACIÓN CON EL
DESARROLLO DE LAS ADICCIONES A LAS DROGAS EN ADOLESCENTES EN
LA ZONA CONURBADA DE MONTERREY**

**Este trabajo fue realizado en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, en la
Subdirección de Estudios de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la
Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, bajo la Dirección del
Dra. JANET GARCÍA GONZÁLEZ**

DRA. JANET GARCÍA GONZÁLEZ

Directora de Tesis

NOMBRE Y TÍTULO

Codirector de tesis

AGRADECIMIENTOS

A Conahcyt por haberme brindado la oportunidad de ser beneficiada a través de su programa de becas para posgrado.

A la Universidad Autónoma de Nuevo León y en especial a la Facultad de Ciencias de la Comunicación por apoyarme a través de una beca para poder concluir este proyecto.
Eternamente agradecida por el apoyo.

Gracias infinitas a la Dra. Janet García González por ser y aceptarme como mi directora de tesis, gracias por tiempo que me dedicó pero sobre todo por esas charlas y consejos.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la fuerza de concluir este importante proyecto.

A mis padres y mis hijos Enrique y Sophia por ser la razón el motor que me llevó a tomar este reto. Gracias por el tiempo que me permitieron dedicarle y el apoyo que siempre recibí. Los amo.

A mis compañeros de estudio, porque más que compañeros, hicimos una gran amistad y red de apoyo. Los quiero y admiro. Gracias: Dinorah, Gina, Ing. Gera, Fabricio, Arturo, Martín.

Muy en especial a la Dra. Janet García, quien sin su apoyo antes de ser mi directora de tesis y con su guía al aceptarme, se logró concluir este proyecto. Gracias Dra. por todas esas horas. Esto es gracias a usted. Siempre agradecida.

ÍNDICE

HOJA DE APROBACIÓN POR EL COMITÉ DE TESIS.....	III
AGRADECIMIENTOS	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE	VII
LISTA DE TABLAS	XII
RESUMEN.....	XIII
ASBTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO 1	17
JUSTIFICACIÓN	17
CAPÍTULO 1. JUSTIFICACIÓN.....	18
Justificación de la Investigación	18
1.2 Paradigmas sobre el consumo de medios en adolescentes.....	19
1.2.1 Estudios sobre el consumo de medios tradicionales en adolescentes	19
1.2.2. Estudios sobre el consumo de Medios digitales en adolescentes.....	21
1.3 Estudios sobre los efectos de los medios masivos en los jóvenes	23
1.4 Estudios sobre la educación para los medios en los adolescentes	25
1.5 Paradigmas sobre consumo de contenidos relacionados con la drogadicción en los adolescentes y el impacto en la salud	26
1.5.1 Estudios sobre la drogadicción como problema de salud pública.....	26
1.5.2 Estudios sobre las Consecuencias de la drogadicción.....	27
1.5.3 Estudios relacionados con la salud, medios y drogas en los adolescentes..	31
1.5.4 Estudios de Prevención de sobre el consumo de Drogas	32
1.6 Hacia la construcción del objeto del estudio.....	33
CAPÍTULO 2	35
PROBLEMÁTICA.....	35
CAPÍTULO 2. PROBLEMÁTICA.....	36

2.1 El uso de contenidos mediáticos en el desarrollo de la identidad de los jóvenes	37
2.2 El uso de drogas y las consecuencias en la salud de los adolescentes	40
2.3 El consumo de contenidos mediáticos relacionados con las drogas y el <i>narcostyle</i> en los adolescentes.....	41
2.4. Preguntas de investigación.....	43
2.5. Objetivos de la investigación	44
2.6. Hipótesis.....	45
CAPÍTULO 3.....	48
MARCO REFERENCIAL.....	48
CAPÍTULO 3. MARCO REFERENCIAL	49
3.1. Consumo de Medios.....	49
3.1.1 Definición del consumo de medios	49
3.2 Evolución de los medios: La Sociedad en Red de Manuel Castells	51
3.3 Medios de comunicación que consumen los adolescentes.....	52
3.4 Ventajas y desventajas del uso de los medios de comunicación	55
3.5 Los contenidos de la programación que ven los adolescentes	57
3.5.1 Apología del delito en los contenidos mediáticos	59
3.6 Dependencia a los medios masivos de comunicación y su relación con la cultura de masas	60
3.7 Regulación y Legislación.....	61
3.7.1 Regulación de la programación para los adolescentes: leyes vigentes en México.....	61
3.7.2 Tipificación y límites de la apología del delito en los medios	66
3.8 Importancia de la Educación para los medios (AMI)	67
3.8.1 Definición y objetivos de Alfabetización Mediática Informativa	67
3.8.2 Panorama en México de la AMI.....	68
CAPÍTULO 4.....	70
MARCO TEÓRICO.....	70
CAPÍTULO 4. MARCO TEÓRICO	71
4.1 Teoría de la Sociedad de la Información.....	71
4.1.1 Antecedentes de la Teoría de la Sociedad de la Información.....	71

4.1.2 Desarrollo y Principios Básicos de la Teoría de la Sociedad de la Información	72
4.1.3 Casos Ejemplares de la Teoría de la Sociedad de la Información.....	75
4.1.4 Relación con el objeto de estudio.....	77
4.2 Teoría de Usos y Gratificaciones	78
4.2.1 Antecedentes de la Teoría de Usos y Gratificaciones	78
4.2.2 Desarrollo y principios básicos de la Teoría de Usos y Gratificaciones	79
4.2.3 Casos ejemplares de la Teoría de Usos y Gratificaciones	82
4.2.4 Relación con el objeto de estudio.....	84
4.3 Teoría del Aprendizaje Social (TAS).....	85
4.3.1. Antecedentes de la Teoría de Aprendizaje Social.....	85
4.3.2 Desarrollo y principios básicos de la Teoría del Aprendizaje Social	86
4.3.3 Casos ejemplares relacionados con la Teoría del Aprendizaje Social.....	89
4.3.4 Relación con el objeto de estudio.....	91
CAPÍTULO 5	92
METODOLOGÍA	92
CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA	93
5.1 Estrategia teórica metodológica	93
5.1.1 Técnicas de investigación	94
5.1.2 La Entrevista Semiestructurada	95
5.2 Universo y Muestra cualitativa	96
5.3 Campos semánticos.....	97
5.4 Detonadores.....	98
5.5 Técnicas de análisis de la información.....	98
5.6 Validez y confiabilidad del estudio	101
5.7 Pilotaje de Instrumento	106
CAPÍTULO 6	109
RESULTADOS	109
CAPÍTULO 6. RESULTADOS.....	110
6.1. Análisis Argumentativo del Caso No. 1	110
6.2. Análisis argumentativo del Caso No. 2	115

6.3 Análisis argumentativo del caso No.3	120
6.4 Análisis Argumentativo del caso No. 4	124
6.5 Análisis Argumentativo General	129
6.5.1 Iniciación en el Consumo.....	130
6.5.2. Influencia del Grupo y Normalización del Consumo	130
6.5.3 Consumo Mediático y Narco cultura	132
6.5.3.1 Consumo mediático y narco cultura (extensión: apología del delito)....	135
6.5.4 Falta de Supervisión Familiar y Factores de Riesgo.....	137
6.5.5 Desarrollo de Adicción y Deterioro de la Salud.....	138
6.5.6 Impacto en la Vida Cotidiana y Social.....	139
CAPÍTULO 7	141
CONCLUSIONES	141
CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES.....	142
7.1. Consumo Mediático en Adolescentes: Un Enfoque desde “la Sociedad de la Información” y los “Usos y Gratificaciones”.....	142
7.1.1 La Sociedad de la Información y el Consumo Mediático Adolescente	144
7.1.2 “Teoría de Usos y Gratificaciones” en el Consumo Mediático Adolescente	145
7.2. Impacto del Entorno Familiar en el Consumo Mediático y la Construcción de la Identidad en Jóvenes	147
7.3 Construcción de la Identidad Personal y Social a través del Consumo Mediático	149
7.4. Relación del Consumo Mediático con el Consumo de Drogas y Narcostyle .	150
7.5 Causas que Generan la Adicción a las Drogas en Adolescentes: Influencia del Entorno Familiar y Social	151
7.6 Propuestas y recomendaciones.....	152
Referencias.....	157
ANEXOS	171
ANEXO 1. Matriz Epistemológica	171
ANEXO 2. Mapa del marco referencial - conceptual.....	173
ANEXO 3. Transcripción de las Entrevistas.....	175
ACERCA DE LA AUTORA.....	195

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Etapas y características de la adolescencia según la OMS	53
Tabla 2. Comparación de casos ejemplares con respecto a la Teoría de la Sociedad de la Información	76
Tabla 3. Comparación de Casos Ejemplares con la Teoría de Usos y Gratificaciones	84
Tabla 4. Comparación de casos ejemplares con la Teoría del Aprendizaje Social	90
Tabla 5. Categorías y Variable	94
Tabla 6. Marco Analítico	99
Tabla 7. Proceso Analítico Sintagmático	100
Tabla 8. Proceso Pragmático	100
Tabla 9. Validación de Instrumento Cualitativo	101
Tabla 10. Caso 1	113
Tabla 11. Caso 2	118
Tabla 12. Caso 3	123
Tabla 13. Caso 4	128
Tabla 14. Propuestas de intervención	154
Tabla 15. Matriz Epistemológica	171

RESUMEN

La presente investigación analiza la relación entre el consumo de contenidos mediáticos vinculados con las drogas y el llamado *narcostyle*, y el desarrollo de adicciones en adolescentes de secundaria y preparatoria en la zona conurbada de Monterrey, Nuevo León. En el contexto de la Sociedad de la Información, los jóvenes —principalmente pertenecientes a la generación Z— acceden de manera constante a contenidos audiovisuales a través de plataformas digitales, redes sociales y televisión, muchos de los cuales normalizan o romantizan el consumo de sustancias y estilos de vida asociados al narcotráfico.

El estudio se sustenta en la Teoría de la Sociedad de la Información, la Teoría de Usos y Gratificaciones y la Teoría del Aprendizaje Social, con el propósito de comprender cómo los adolescentes interpretan, resignifican y eventualmente incorporan en su identidad los modelos observados en los medios. Metodológicamente, se empleó un enfoque cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas realizadas en un centro de atención a las adicciones en el municipio de Escobedo, Nuevo León. El análisis permitió identificar categorías relacionadas con la iniciación en el consumo, la influencia del grupo de pares, la normalización mediática del uso de drogas, la ausencia de supervisión familiar y el deterioro progresivo de la salud física y mental.

Los hallazgos sugieren que, a mayor exposición a contenidos que presentan el consumo de drogas como parte de dinámicas de entretenimiento, éxito o pertenencia social, mayor es la probabilidad de desarrollar actitudes permisivas hacia estas prácticas. Asimismo, se evidencia una insuficiente alfabetización mediática y una limitada regulación específica para la programación dirigida a adolescentes. Se concluye que es necesario fortalecer políticas públicas orientadas a la educación mediática informacional y a la prevención integral de adicciones, involucrando a familia, escuela, medios de comunicación y autoridades.

Palabras clave: consumo mediático, adolescencia, drogadicción, *narcostyle*, alfabetización mediática, salud pública.

ASBTRACT

This research analyzes the relationship between media content consumption related to drugs and the so-called *narcostyle*, and the development of addictions among adolescents attending middle and high school in the metropolitan area of Monterrey, Nuevo León. Within the framework of the Information Society, Generation Z adolescents are constantly exposed to audiovisual content through digital platforms, social networks, and television, where drug use and lifestyles associated with drug trafficking are often normalized or romanticized.

The study is grounded in the Information Society Theory, Uses and Gratifications Theory, and Social Learning Theory to understand how adolescents interpret, resignify, and potentially incorporate media representations into their identity construction. A qualitative methodological approach was implemented through semi-structured interviews conducted in an addiction treatment center in Escobedo, Nuevo León. The analysis identified key categories such as initiation into substance use, peer influence, media normalization of drug consumption, lack of parental supervision, and progressive physical and mental health deterioration.

Findings suggest that greater exposure to media content portraying drug use as entertainment, success, or social belonging increases permissive attitudes toward substance use. Additionally, results reveal insufficient media literacy skills and limited specific regulation regarding adolescent-targeted programming. The study concludes that strengthening public policies focused on media and information literacy, as well as comprehensive addiction prevention strategies involving families, schools, media institutions, and authorities, is essential.

Keywords: media consumption, adolescence, drug addiction, narcostyle, media literacy, public health.

INTRODUCCIÓN

La adolescencia constituye una etapa crucial en el desarrollo humano, caracterizada por transformaciones físicas, emocionales y sociales que influyen de manera determinante en la construcción de la identidad. En este periodo, los medios de comunicación adquieren un papel central como fuentes de información, socialización y entretenimiento. En el contexto actual de hiperconectividad, los adolescentes consumen contenidos a través de múltiples dispositivos digitales, accediendo a narrativas que, en ocasiones, presentan el consumo de drogas y el estilo de vida vinculado al narcotráfico como prácticas normalizadas o incluso aspiracionales.

La expansión de plataformas de *streaming*, redes sociales y contenidos audiovisuales bajo demanda ha modificado los hábitos de consumo mediático, favoreciendo una exposición constante y, en muchos casos, sin supervisión adulta. Diversas producciones audiovisuales incorporan tramas relacionadas con drogas, violencia y narcocultura, lo que plantea interrogantes sobre su posible influencia en las percepciones, actitudes y conductas de los jóvenes. Desde perspectivas teóricas como la Teoría del Aprendizaje Social, se reconoce que la observación reiterada de modelos conductuales puede contribuir a la imitación y normalización de determinadas prácticas.

En México, el consumo de drogas en adolescentes representa un problema de salud pública que ha mostrado tendencias preocupantes en los últimos años. En la zona conurbada de Monterrey, esta problemática adquiere particular relevancia ante el contexto social y mediático en el que se desarrollan los jóvenes. No obstante, la legislación vigente se centra principalmente en la protección de la audiencia infantil, dejando un vacío normativo específico respecto a la programación accesible a adolescentes.

En este marco, la presente investigación tiene como objetivo analizar el consumo mediático relacionado con las drogas y el *narcostyle* para identificar sus efectos en el estilo

de vida y las posibles repercusiones en la salud de los adolescentes. Asimismo, busca aportar elementos para el diseño de estrategias de alfabetización mediática e intervención preventiva que contribuyan a la formación de audiencias críticas y responsables, fortaleciendo así la protección integral de este grupo etario.

CAPÍTULO 1
JUSTIFICACIÓN

CAPÍTULO 1. JUSTIFICACIÓN

Justificación de la Investigación

Vivimos en un mundo donde es podemos disfrutar de contenidos diversos *on demand*, es decir, podemos ver lo que queramos en el momento que lo deseamos y a través de diversos dispositivos. Esto, nos ha llevado a contar con diversas opciones que podemos ver en cualquier momento. Un claro ejemplo de ello, son las series, películas que podemos disfrutar a través de múltiples plataformas.

Tanto a través de medios digitales como algunos electrónicos como la televisión, se oferta a la audiencia con temáticas relacionadas con acción, suspenso, intriga y hasta ciencia ficción, mismas que pueden estar relacionadas con el consumo de droga o el estilo de vida relacionado con el narcotráfico, que coloquialmente se le conoce como *narcostyle*.

Aunque este tipo de contenidos pudiesen resultar atractivos porque ofrecen tramas complejas, pueden no ser adecuados para la salud de los adolescentes, quienes, al estar en una etapa intermedia entre ser niños y adultos, pueden estar expuestos a contenidos no adecuados que pueden llegar a afectar su salud y desarrollo.

Es importante analizar los paradigmas científicos respecto al consumo de contenidos mediáticos, salud en los adolescentes, educación para los medios que ayudarán a comprender tanto el contexto científico y la necesidad investigar sobre las consecuencias que esta programación puede tener en las conductas de los adolescentes -

quienes cursan secundaria y preparatoria- así como las posibles repercusiones en su salud.

1.2 Paradigmas sobre el consumo de medios en adolescentes

1.2.1 Estudios sobre el consumo de medios tradicionales en adolescentes

Al hablar de consumo de medios en adolescentes, se debe tener en cuenta que estos al pertenecer a la generación Z y ser considerados nativos digitales, su consumo de medio se realiza a través de la televisión y los medios digitales (Pérez, 2022). Los adolescentes, utilizan en su día a día las nuevas tecnologías para comunicarse, el motivo, es que nacen justamente en una época en donde el uso de los antes llamados nuevos medios, se han masificado. Por ello, quienes nacieron alrededor de los años 2004 – 2006, son usuarios permanentes, con habilidades tecnológicas mejoradas quienes no pueden concebir al mundo sin el uso de dispositivos como un celular y el uso de internet, que presentan – a diferencia de otras generaciones – un mayor gusto por los avances tecnológicos y, además están acostumbrados a obtener información al alcance de un clic.

Sin embargo, esta generación sí consume medios tradicionales debido que considera que informan y reflejan la situación actual de su entorno, por ello los utilizan para entretenimiento y educación, siendo la televisión, el medio preferido.

En referencia al uso de este medio, estudios como los realizados por Donstrup (2022) y Baldion (2022), señalan desde las actitudes que desarrollan los adolescentes al consumir productos que incluyen diversas temáticas relacionadas con la violencia y

acción hasta los posibles impactos por buscar entretenimiento en las famosas “*narco series*”. Al hacer referencia que en dichos programas se aborda el tema de la experimentación para que los adolescentes puedan descubrir quienes son, se presentan diversas situaciones donde se normaliza el consumo, por lo general presentando consecuencias negativas, de drogas sintéticas, es decir, que consideran a aquellas clasificadas como naturales -como el caso de la marihuana-, como inofensivas. También encontró que el consumo de las mismas, por lo regular se asocia con entretenimiento y diversión.

En específico, se puede hacer mención sobre lo expuesto por Baldion (2022) quien analiza los efectos de la narco serie: “Pablo Escobar: el patrón del mal”, misma que en su trama presenta contenidos relacionados con violencia, situaciones sexuales y drogadicción; cabe hacer mención, que dicho programa se hace en base a la vida de un personaje real.

Aunque su estudio se centra en personas entre los 18 y 21 años, reconoce que el comportamiento de la audiencia ha cambiado, presentándose una “negociación en el mensaje”, en la que los televidentes pueden resignificar los mensajes puestos en común, determinando la manera en cómo se consumen y la retroalimentación que realizarán del proceso de la comunicación; a ello se suma que también afirma que en otros grupos de edad, la influencia, percepción o forma de interpretar los mensajes, puede ser muy diferente.

1.2.2. Estudios sobre el consumo de Medios digitales en adolescentes

Pérez (2022) señala que quienes tienen edades entre los 13 y 18 años, prefieren tener un consumo de medios digitales porque los ven como bidireccionales, con mayor capacidad de contacto y una manipulación activa.

Ello concuerda a lo descrito por Ortega (2022), quien describe a este tipo de audiencia como personas que permanecen conectadas de forma constante, tienden a ser impacientes, multitarea y con una fuerte orientación al consumo. Además, presentan ciertas dificultades para establecer vínculos cara a cara, muestran una personalidad centrada en sí mismos y suelen tener mayor confianza en sus acciones. Todo esto se relaciona con el hecho de haber crecido en un entorno donde la tecnología ya formaba parte del día a día, lo que influye directamente en sus patrones de consumo, orientados hacia nuevos tipos de medios y plataformas.

Por estas razones, los pertenecientes a la generación Z han cambiado la manera en cómo se consumen los contenidos destinados al entretenimiento. Como lo menciona Gallardo (2022), los adolescentes prefieren contenidos a través de *streaming*, sin compañía o supervisión y en general en sus habitaciones debido a que han desarrollado actitudes como el rechazo a la publicidad que se presenta en los medios tradicionales, la posibilidad de elegir el horario para ver series o programas, así como una elección por el uso de dispositivos móviles que pueden utilizar en cualquier momento o lugar, como por ejemplo al comer sus alimentos.

La controversia se presenta al momento de revisar los contenidos y actitudes que los adolescentes pueden desarrollar, Donstrup (2022) al realizar un análisis sobre la

temática que se presenta en las series *on demand* dirigidas a este grupo de edad, encontró la recurrencia a temas sexuales y drogas.

Por esta situación, es de suma importancia conocer en primera instancia, qué dispositivos utilizan los adolescentes para su consumo mediático debido a que, a través de diversos dispositivos, no únicamente se ve programación, también se realiza la interacción en los contenidos entre comunidades de fans y plataformas. Navarro (2022), insiste en que, debido a sus características generacionales y habilidades tecnológicas, la mayor parte de los contenidos a los que accederán será a través video online.

A diferencia de generaciones anteriores, al estar hiperconectados, la generación Z tiene un buen conocimiento de sus gustos y prefiere aquellos dispositivos que utilicen internet para poder ver diversos contenidos, debido a que se les facilita su uso.

Navarro (2022), señala que, los adolescentes prefieren usar mayormente dispositivos como un celular, seguido por tabletas, ordenadores y televisiones inteligentes para consumir series, películas o videos, en su mayoría; por ello, también tendrá un mayor uso de plataformas de *streaming*. La razón se debe a que desarrollan mayores habilidades tecnológicas al ser autodidactas, tener mejor competencia con las nuevas tecnologías (TIC) y su continuo deseo de estar en contacto y tener una respuesta inmediata.

Estas situaciones, coinciden con lo descrito por Vega (2022), quien menciona que en este grupo generacional aproximadamente el 99 por ciento de sus integrantes tiene acceso a un celular, aproximadamente, el 98 por ciento cuenta con televisión en su hogar y casi seis de cada 10 tienen su propia televisión, sin embargo, destaca que el medio

menos utilizado es la radio. Además, en cuanto a consumo subraya que el promedio que los adolescentes pasan frente a una pantalla es de más de dos horas, siendo el celular el dispositivo preferido, que también es el más utilizado para comunicarse con los demás y tener acceso a contenidos de entretenimiento.

Vega (2022) también destaca que más del 50 por ciento de los padres no prestan atención a los contenidos que ven sus hijos, a pesar que como lo menciona el mismo autor, los adolescentes pueden introducirse en mundos ficticios a través de las series, mismas que son aceptadas por este grupo generacional por mostrar prácticas socioculturales que hacen posible que ellos se identifiquen con sus tramas.

1.3 Estudios sobre los efectos de los medios masivos en los jóvenes

Una parte importante a considerar, es que desde que se inició el estudio de los medios, una de las principales interrogantes y puntos a investigar son los efectos que estos pueden producir en la audiencia; en estas investigaciones, esta línea sigue presente.

Bandrés-Goldáraz (2022), señala acerca de cómo los medios masivos de comunicación pueden influir para naturalizar en los adolescentes conductas como el machismo mientras que puede generar soledad o aislamiento debido al uso constante de las nuevas tecnologías (Vila, 2022) o bien, que pueda percibirse el narcotráfico como una manera de poder salir adelante repercutiendo en que niños, niñas y adolescentes, se conviertan en un instrumento delictivo (Patricio, 2022).

Como lo menciona Bandrés-Goldáraz (2022), desde el siglo XX existen más de cuatro mil estudios sobre los efectos de los medios masivos de comunicación en las audiencias y una de las razones es la expuesta en teorías como Aprendizaje Social y del Cultivo, que señalan como medios como la televisión influyen y provocan comportamientos que después de ser visualizados, se convierten en patrones para interpretar la realidad social porque se moldean percepciones, mentalidades y conductas.

Los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, han transformado las formas en que las personas se comunican y consumen contenido visual, sin importar su edad o género. Esta influencia es especialmente notable en los adolescentes, y se refleja en la creciente dependencia de los teléfonos inteligentes, los cuales se han integrado profundamente en la vida cotidiana hasta convertirse en un elemento central del entorno social.

Por esta razón, Patricio (2022) señala la necesidad de prestar especial atención a niñas, niños y adolescentes entre los 11 y 17 años, ya que el constante consumo de series, películas, canciones o videos que representan y, en ocasiones, glorifican el estilo de vida asociado al narcotráfico, puede contribuir a la creación de estereotipos que favorecen la percepción positiva de estos grupos delictivos.

La influencia de los programas de entretenimiento que consumen los jóvenes puede tener un impacto en su relación con la familia, ya que los medios masivos de comunicación intervienen en la dinámica familiar al modificar creencias, generar percepciones distorsionadas de la realidad o fomentar prejuicios, al ser portadores de contenidos ideológicos (Ibáñez, 2022). Además, esta exposición mediática puede

motivar a algunos adolescentes a experimentar con conductas de riesgo, como el consumo de drogas (Kozicki, 2022).

Ante esta situación, se destaca la importancia de educar antes que castigar o aplicar medidas punitivas, debido a que considera que la educación es un extraordinario motor contra los delitos.

1.4 Estudios sobre la educación para los medios en los adolescentes

Con el objetivo de prevenir estas situaciones, se debe tomar en cuenta la prevención y para ello, es necesario desde conocer hasta aplicar la educación mediática.

La alfabetización mediática e informacional se entiende como un conjunto de habilidades que permiten a las personas interactuar con la información y los contenidos multimedia de manera crítica, ética y creativa. Estas competencias incluyen la capacidad de acceder, analizar, comprender, evaluar, utilizar y producir información en distintos formatos y a través de diversas herramientas (UNESCO, 2021).

En España, diversas investigaciones han demostrado que los adolescentes no cuentan con las herramientas necesarias para diferenciar entre información veraz y falsa, lo que subraya la urgencia de fortalecer su alfabetización mediática (Herrero-Curiel, 2022). A pesar de que estos jóvenes son nativos digitales y utilizan con frecuencia tecnologías de la información, esto no implica que desarrollen una mayor capacidad crítica o participativa. En este sentido, Amat (2022, p. 16) advierte que “un mayor uso y consumo no significa un aumento de la capacidad crítica y participativa”, ya que los

adolescentes construyen su visión del mundo a partir del entorno mediático en el que están inmersos.

Ante este panorama, Cuervo-Sánchez (2022) plantea que la educación formal debe asumir un papel activo como vínculo entre los medios de comunicación, la sociedad y los valores democráticos, con el objetivo de fomentar competencias mediáticas que ayuden a los estudiantes a interpretar y enfrentar de forma crítica los contenidos que consumen.

1.5 Paradigmas sobre consumo de contenidos relacionados con la drogadicción en los adolescentes y el impacto en la salud

1.5.1 Estudios sobre la drogadicción como problema de salud pública

En primera instancia, es necesario considerar el consumo de drogas como un problema de salud pública. Teniendo en cuenta la etapa de transición por la que atraviesa este grupo de edad, se requiere analizar lo propuesto por Romero (2022) quien destaca que debido a la confusión que provoca la adolescencia, se pueden desarrollar conductas de riesgo que afecten la salud.

Problemas de salud mental, son algunas de estas consecuencias y tal como lo demuestra Torres (2022), esto también lo destaca Noriega (2022), quien además hace hincapié en factores que pueden incrementar el riesgo de llegar a esta situación como lo son las relaciones familiares y los problemas económicos.

Es importante conocer el efecto que tuvo, y aún tiene, la pandemia de COVID – 19, como lo destaca Zambrano (2022) quien revela que, a consecuencia de factores desencadenados de este hecho, provocó sentimientos de ira, así como situaciones de estrés y ansiedad llevaron a los jóvenes a consumir diferentes tipos de drogas.

Díaz (2022), señala como la marihuana sigue siendo la droga más consumida a escala mundial, siendo muy popular entre los jóvenes, se estima que más de 11.8 millones de adultos jóvenes la consumieron en el último año, esto reportado en 2018, a la vez, destacan que los consumidores tienen contacto con ella, desde antes de los 15 años o antes.

Por estas razones, la adicción a los estupefacientes se ha convertido en una constante entre administraciones municipales, estatales, federales e incluso entre asociaciones civiles y privadas, quienes buscan, a través de la prevención, una manera de combatir este problema.

1.5.2 Estudios sobre las Consecuencias de la drogadicción

Al hablar acerca de otras consecuencias que afectan la salud de los adolescentes a nivel físico, mental y su comportamiento social, es necesario conocer las razones que pueden llevar a un joven a involucrarse en el consumo de drogas como lo expone López (2022) en una entrevista a profundidad y entre las que se destacan desde los tipos de drogas que existen y como los psicotrópicos se convierten en “alivio” para problemas de la vida diaria.

En primera instancia, es necesario conocer los términos relacionados con la drogadicción. López, (2022) apoyado en los conceptos usados por la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNDOC), los describe de la siguiente manera:

Un drogadicto es la persona que consume de forma regular cualquier tipo de droga con determinada tolerancia, pero que aún no presenta deseos descontrolados por consumir; la drogodependencia se define como la fase en la que la abstinencia y el deseo de físico de consumir, se encuentran presentes en la rutina diaria de la persona.

El trastorno por consumo de drogas se presenta cuando las personas cambian sus rutinas y su cuerpo en consecuencia de un consumo prolongado, mientras que la adicción es el trastorno grave asociado al trastorno de uso de drogas.

Las drogas pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Dominantes: se convierten una adicción debido a que se transforman en el objeto de vida del consumidor
- Poliadicción: uso reiterado de dos o más drogas incluyendo aquellas consideradas como legales (alcohol, tabaco).
- Policonsumo de drogas: uso reiterado de tres o más drogas -incluyendo las de tipo legal- por parte del consumidor sin que se haya presentado la adicción ni tampoco se hayan convertido en el objetivo de vida de la persona.
- Consumo de monodrogas: se relaciona directamente con el consumo de uso de drogas “recreativas”.

- Drogas asociadas: drogas que son utilizadas de manera ocasional por el paciente sin que se constituyan en su objetivo de vida.

Acorde con la OMS (Organización Mundial de la Salud), para que una sustancia cumpla con las características de una potencial adicción, se debe tener una acción psicoactiva, producir un efecto de sensación de bienestar y placidez, ocasionar tolerancia así como un uso compulsivo, consumirse a pesar de sus efectos negativos, crear una decaída después de un período de abstinencia, suspensión o deseo brusco del consumo de la dosis; todo ello aunado a características externas como disponibilidad, costo, pureza, moda, costumbres y vías de consumo.

Además de legales e ilegales, acorde a su origen, las drogas pueden clasificarse también depresoras, estimulantes y perturbadoras; así como naturales, cuyo origen se encuentra en la naturaleza y sintéticas, que son creadas en un laboratorio. Acorde con López (2022), los motivos que pueden llevar a una persona a tener contacto con las drogas incluyen desde sentirse mejor, sentirse bien, curiosidad o presión social y/o tener un mejor desempeño.

Factores como la ansiedad y el estrés pueden contribuir a que se motive el uso de drogas con el objetivo de tratar de sentirse mejor, mientras que la euforia inicial también es una causal.

Estar en la adolescencia, presentar cambios físicos y emocionales aunado a la presión de grupos o el deseo de tener amigos forman parte de las razones de consumo por presión social o curiosidad, mientras que el tener un mayor rendimiento físico es la causa principal de buscar una droga para buscar un desempeño superior.

Además de lo antes mencionado, el consumo de drogas puede también ocasionar embarazos no deseados en adolescentes, así como otras dificultades en su desarrollo físico y mental (Rosales, 2022).

En América Latina, la Organización Panamericana de la Salud (OPS), señala que existen 66.5 embarazos al año por cada 1000 adolescentes entre la misma edad, esta situación puede tener un efecto profundo en ellas debido a que se obstaculiza su desarrollo psicosocial, aumenta el riesgo de muerte materna y se asocia con resultados deficientes en salud.

El consumo de drogas en los adolescentes presenta consecuencias negativas relacionadas con el riesgo de ser violentados de forma social, física y sexual y representa una de las consecuencias de los embarazos. Ello es comprobado por Segovia (2022) a través de un estudio realizado en Ecuador sobre la relación entre el embarazo de adolescentes y el consumo de drogas, se encontró que el 58.3 por ciento de las participantes se encontraban en estado de gestación presentan un consumo de drogas seguido por alcohol.

Además, Rosales (2022), a través de la tesis doctoral “Efectos Adversos Asociados al Consumo de Drogas y Otros Comportamientos de Riesgo en la Población Adolescente”, destaca que de acuerdo con cifras de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNDOC) en un reporte del año 2021, en el 2018, cerca de 269 millones de personas, había consumido algún tipo de droga, representando un incremento del 30 por ciento en los últimos 10 años. Esto significa que el inicio de consumo se presenta entre los 14 y 17 años de edad, provocando que los adolescentes tengan problemas de salud

relacionados con riesgo de enfermedad mental, desempleo, conductas sexuales de riesgo, violencia y disminución de la esperanza de vida.

Al igual que Sarduy-Lugo (2020) y Díaz (2022), Rosales (2022) da a conocer que según datos del Informe Mundial sobre Drogas (2021), el alcohol y el cannabis continúan siendo las drogas más consumidas por los adolescentes.

1.5.3 Estudios relacionados con la salud, medios y drogas en los adolescentes

La relación de este problema de salud tiene una estrecha relación con el consumo mediático. A lo largo de décadas, diversos investigadores han estudiado los efectos de los medios sobre la audiencia y una de las variables recae sobre las conductas que desarrollan y los efectos que se pueden generar en la audiencia.

Para muestra, Palomares – Sánchez (2022), encontró en su investigación que las series de televisión española para adolescentes presentan a las drogas como como ocio y diversión normalizando un consumo extendido a través de las cuales no se reflejan ni se reflexionan las consecuencias que pueden llegar a tener entre los usuarios.

Destaca también que, aunque los menores de 18 años son considerados como espectadores susceptibles porque pueden tomar las tramas representadas en los medios como modelos sobre la adolescencia en donde no se abordan las consecuencias en la salud bajo la premisa de presentar la particularidad del personaje. Esta postura es compartida por Pantoja (2023) quien destaca también que los contenidos presentados por los medios al buscar llamar a la audiencia no reflejan la verdad o imparcialidad de

hechos relevantes, por ello, Verdú (2007), destaca la necesidad de informar o tener acciones que permitan la prevención debido a que los medios de comunicación más que un instrumento de ocio, son una fuente de información para los adolescentes.

Esto sin dejar a un lado que causa la pandemia por el SARS-COV-2, los tiempos en pantalla o consumo se incrementaron (Huaman, 2022), es decir, están mayormente expuestos, motivo por el que se recomienda realizar acciones en conjunto entre sociedad, familias, medios masivos y autoridades.

1.5.4 Estudios de Prevención de sobre el consumo de Drogas

Para buscar combatir el consumo de drogas en los adolescentes, se debe conocer al panorama o situación actual. Como lo propone Palacios (2022), es necesario conocer cuál es el nivel de conocimientos que se tienen sobre las drogas y sus consecuencias en la comunidad a estudiar, acorde a su investigación, centrada en adolescentes en el país de Perú el 77% de los adolescentes conocen medianamente de los riesgos del consumo de drogas, mientras que el 18% no conocen de dichos riesgos; sin embargo, el 5% sí tienen conocimientos de éstos.

Otra situación que debe estudiarse es el entorno familiar, como Bello (2022) lo menciona, el papel de los padres y familia será crucial para desarrollar o no una adicción o perspectiva hacia el consumo de drogas debido a que la existencia de un integrante consumidor en la familia modifica y afecta el sistema, los integrantes se mueve alrededor de las conductas de quien consume sustancias psi-coactivas; convirtiéndose el hogar en el escenario propicio para construir o destruir la personalidad del joven adolescente.

Por ello, desarrollar programas preventivos, es una necesidad que puede ayudarnos a combatir desde evitar el consumo hasta combatir un problema de drogadicción (Chavarriga, 2022 p.10). “todas las intervenciones orientadas a modificar los determinantes de la salud en esta etapa vital favorecerán el desarrollo del adolescente,”. Para realizarlo, se debe tomar en cuenta diferentes técnicas tales como:

- Visuales: material gráfico, incluyendo posters, carteles, entre otros que pueda generar la atención suficiente
- Orales: incluyen conferencias, foros, tertulias, pláticas con expertos, entre otros.
- Audiovisuales: técnicas como videos que puedan atraer la atención de los adolescentes
- Análisis general: uso de diálogos y lluvia de ideas que permitan la expresión grupal
- Estrategias grupales: tales como talleres que permitan la construcción de conocimiento.

1.6 Hacia la construcción del objeto del estudio

Esta investigación está encaminada a identificar los consumos mediáticos de quienes estudian secundaria y preparatoria, es espacial lo que a través de series o películas sobre las drogas y el estilo de vida relacionado con ello. El objetivo es detectar si éstos influyen en su percepción sobre las drogas y su consumo. También se busca

generar políticas de educación para los medios que permitan prevenir este tipo de situaciones.

El enfocarse en adolescentes que estudian secundaria y preparatoria, obedece a la etapa de la vida en la que se encuentran y que, acorde a los expertos antes mencionados, los deja como vulnerables ante los contenidos de los medios de comunicación.

CAPÍTULO 2
PROBLEMÁTICA

CAPÍTULO 2. PROBLEMÁTICA

Prevenir el consumo de drogas y sus efectos en la salud, es una de las grandes batallas que se realizan a nivel internacional. Acorde con el Informe Mundial sobre las Drogas, de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNDOC, 2022), 284 millones de personas entre los 15 y 64 años consumieron drogas en el mundo en 2020, lo que representa un aumento del 26 por ciento respecto a la década anterior, en este documento, se destaca también que los jóvenes consumen más drogas y los niveles de consumo actuales en diversos países es mayor a la generación anterior.

El reporte estima que, en todo el mundo, aproximadamente 11.2 millones de personas consumen drogas por vía intravenosa; de ellas, cerca del 50% padece hepatitis C, 1.4 millones viven con VIH y 1.2 millones enfrentan ambas condiciones. El informe también subraya la necesidad de que la comunidad internacional, los gobiernos, la sociedad civil y demás actores involucrados fortalezcan las estrategias de prevención, tratamiento y respuesta frente al problema de las drogas ilícitas.

En nuestro país, cifras del INEGI (2022) señalan que, en México, el 19.6% de los delitos por los que fueron encarceladas las personas en 2020 estuvo vinculado al tema de las drogas, debido a conductas como posesión, distribución, fabricación, comercio, traslado o tráfico, entre otras.

Esta situación, se convierte también en una cuestión de salud pública. Según el periódico *El Economista* (2022), el consumo de drogas entre adolescentes en México incrementó un 15% durante la pandemia. De acuerdo con el mismo artículo, basado en

datos del *Population Council México*, siete de cada diez jóvenes han experimentado episodios de depresión, y un 62% ha sufrido ansiedad, muchas veces en contextos de violencia física, sexual o emocional. En cuanto a la prevención, el texto concluye resaltando la importancia de una difusión constante que motive a los jóvenes a reflexionar y tomar conciencia.

En Nuevo León, cifras dadas a conocer a través del periódico Milenio en noviembre de 2021, revelaban que en la entidad existe un universo de 300 mil jóvenes menores de 30 años que consumen drogas. El entonces secretario de Seguridad, Aldo Fasci Zuazua, señaló que, acorde a cifras del INEGI, hay entre 25 mil y 30 mil jóvenes que consumen drogas (Maldonado, 2021).

2.1 El uso de contenidos mediáticos en el desarrollo de la identidad de los jóvenes

La Organización Mundial de la Salud (citado por la UNICEF, 2020), señala que la adolescencia como el período de crecimiento que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y 19 años.

Debido a la transición propia de esta época, es probable que experimenten desde confusión al enfrentarse con los cambios en su cuerpo hasta el deseo de experimentar nuevas sensaciones que se relacionan hacia la vida adulta, por ello, en esta etapa, los medios masivos de comunicación, serán parte importante tanto para cuestiones informativas como de entretenimiento, Ello lo comprueban Arnett, Larson y Offer (citados por Donstrup, 2022) quienes señalan que las funciones sociales de la televisión

adquieren un especial interés durante la adolescencia, pues esta etapa se considera crucial para el desarrollo de la identidad personal. Modas, reflexión sobre la forma de visualizar su entorno, forman parte de lo que los medios pueden ofrecerles. Por su parte, Montero señala que el proceso de la formación de la identidad se forja durante el paso de los años que se forma de la suma de todos los elementos que tiene en su entorno y donde los medios jugarán un papel importante debido a que a través de sus contenidos ofrecen patrones de comportamiento y la relación social a través de cual se transmiten los valores (2006), sin embargo, al ser esta etapa un período de transición, en la que aún no se cuenta con la madurez necesaria, es necesario, los padres de familia estén al pendiente como se hace con los niños.

Acciones como limitar el consumo acumulativo de distintos medios de comunicación a menos de dos horas, supervisar y orientar sobre el contenido de los videojuegos, las páginas de acceso a internet, son acorde a Bercedo Sanz et al., (2005), algunas las acciones que deben realizarse para evitar situaciones que no permitan un desarrollo adecuado en los adolescentes.

Debido a su realismo, las narconovelas y/o narco series, han conseguido una gran aceptación entre la audiencia. Prueba de ello, es lo encontrado por López Cedeño *et al.*, en una investigación realizada en Ecuador donde encontró que más del 80 por ciento de los adolescentes consultados, consideraban que este género crea patrones de conducta, lo que corrobora su vulnerabilidad ante este nocivo consumismo televisivo, (2019).

A través de esa misma investigación, también pudo corroborar que los contenidos de las narconovelas están dirigidos exclusivamente a un público adulto y de

criterio formado, sin embargo, la alta audiencia de adolescentes en observar estas series responde a que sus padres se los permiten (López Cedeño et al., 2019).

Estas situaciones, relacionadas a en ocasiones a un manejo insuficiente de las nuevas tecnologías por parte de los padres de los adolescentes, permite que los jóvenes puedan también tener acceso a este tipo de contenidos sin las debidas restricciones.

Otro motivo se debe a que nuestro país, la actual normativa centrada en la “Ley Federal de Telecomunicaciones”, cuenta con un escaso control normativo para filtrar que los adolescentes estén con contacto con programación relacionada con el alcohol, marihuana y otras drogas (Cruz-Juárez et al., 2016). A través de varios de sus artículos se menciona cómo debe ser la programación infantil, los valores que debe mostrar, sin embargo, no existe un capítulo o apartado relacionado con los adolescentes.

Un factor estratégico, es la educación mediática, definida por la UNESCO (2022) como el conjunto de competencias interrelacionadas que ayudan a las personas a maximizar las ventajas y minimizar el daño en los nuevos paisajes informativos, digitales y comunicacionales, es decir, el desarrollo de capacidades que permiten un uso correcto de los medios incluyendo la capacidad para identificar noticias y contenidos falsos, a través de ella, es posible crear audiencias críticas y con una capacidad mayor para utilizar de manera adecuada los medios electrónicos y digitales.

En la actualidad, tanto a nivel nacional como estatal, en las áreas de educación pública, no existen programas relacionados al desarrollo de la alfabetización mediática informacional.

2.2 El uso de drogas y las consecuencias en la salud de los adolescentes

Al hablar sobre drogadicción, hablamos también de efectos en la salud de quienes las consumen, que pueden incluso llegar hasta la pérdida de la vida. Acorde con Rosero, (2018), existen las llamadas drogas legales, entre las que destacan el alcohol y los cigarrros, mientras que como parte de las ilegales en encontraremos desde aquellas que afectan al sistema nervioso central, mejor conocidas como estimulantes, algunos ejemplos de ellas son cocaína y éxtasis; existen también aquellas que afectan o modifican la percepción de la realidad, que se catalogan como alucinógenas y finalmente las depresoras, que buscan sedar o relajar los músculos.

Las razones que pueden llevar a un adolescente a consumir drogas, pueden ser diversas como depender de un grupo social que sea influenciado a esos hábitos, hasta costumbres y opiniones que ejercen los medios masivos, que, en su programación, se encargan de presentar el consumo de drogas como un privilegio exclusivo de placer (Pichardo-Pimentel, 2022) aunado a problemas como fallecimiento de los padres, situación económica adversa, ataques sexuales, dificultades psicológicas como la depresión e incluso por tristeza, escapar de realidad y relajación (Rosero, 2018).

Además de una dependencia a estas sustancias, el consumirlas genera diversos problemas que afectarán a corto y mediano a los adolescentes que incluyen desde sus entornos escolares, familiares, de amistades, pero sobre todo afectaciones en su salud. Daños psicológicos, como cuadros psicóticos serios, potencialmente irreversibles y la posibilidad de inducir a la comisión de conductas riesgosas, son algunas de las afectaciones (Romo-González & Larralde, 2013); a ello, deben sumarse infecciones

cutáneas, óseas, pulmonares, de transmisión sexual que pueden incluir VIH-SIDA, que pueden generar daños permanentes en los pacientes o bien ser la causa de consultas médicas recurrentes (Pereiro, 2006). El embarazo no deseado, también puede incluirse entre las complicaciones junto con situaciones como la pérdida de la vida.

2.3 El consumo de contenidos mediáticos relacionados con las drogas y el *narcostyle* en los adolescentes

Acorde con la OMS -Organización Mundial de la Salud- (citado por CONADIC, n.d.), las drogas se definen como toda sustancia que, introducida en un organismo vivo, pueda modificar una o varias de sus funciones, es decir, aquellas con efectos psicotrópicos que son capaces de producir cambios en la percepción del estado de ánimo, la conciencia y el comportamiento.

Como se mencionó antes, en México no existe una legislación que regule los contenidos que los adolescentes ven, por lo que la programación tanto en canales abiertos de televisión, plataformas en *streaming* y la radio, ofrecen contenidos en donde el consumo de drogas y alusiones positivas al estilo de vida relacionados con ello (*narcostyle*), están a su alcance.

A ello, se debe añadir que, en materia del estudio de la comunicación, los efectos de los medios sobre quienes los ven, siempre han sido un tema que genera diversas vertientes. Teorías como Bala Mágica y Aguja Hipodérmica, nos hablan como los medios de comunicación son poderosos e ilimitados permitiendo que sus efectos se

perciban de manera más o menos uniforme debido a que apelan a sentimientos y emociones.

Diversos autores (Bandura y Walters, 1977; Bechelloni y Buonanno, 1977, Thompson, 1998, citados por Martínez, 2007) han considerado que los medios de comunicación son como transmisores de modelos de conducta, de los modelos del “yo”, y, en consecuencia, colaboradores de la identidad personal. Esto debe tomarse relacionarse con las razones o motivos que desarrollan los jóvenes para ver este tipo de contenidos y que puede entenderse a través de la Teoría de Usos y Gratificaciones (Flores-Ruiz, 2014).

Estos fundamentos teóricos pueden observarse y comprobarse a través de diversas investigaciones. De manera reciente, García & Montero, (2021), señalan que las redes sociales son la principal fuente de información acerca del consumo de drogas y con ella, los adolescentes han ampliado sus conocimientos acerca de éstas y al mismo tiempo, modificaron su opinión respecto hacia el consumo de sustancias adictivas y sus consumidores. Los motivos van desde la posibilidad de que sus contactos compartan contenidos relacionados con las drogas, la disponibilidad para ver dichas publicaciones aunada a la curiosidad por experimentar propia de la época que viven.

Por su parte, Palomares et al., (2022), destacan la forma en que se han normalizado el consumo de drogas y alcohol en las series destinadas para adolescentes, donde además de formar parte de las tramas o temáticas expuestas, se considera que su exposición se da porque representan un hábito social y cultural en la sociedad. Por esta razón, los personajes son vistos realizando consumos extendidos y normalizados que representan un mínimo riesgo del consumo de estas sustancias, mientras que a la par,

existe una ausencia de discursos que aporten una visibilidad o muestren con claridad los efectos negativos.

En este mismo sentido, García, (2022), al hacer un análisis sobre las series Euphoria y Élite observa como el consumo de drogas puede ser nociva para la salud se asocian a través de las tramas como parte de las fiestas, descontrol y una forma de disfrutar. El argumento, es similar a lo descrito previamente: el que se conciben como un reflejo de la sociedad.

2.4. Preguntas de investigación

Esta investigación, busca responder las siguientes preguntas:

Pregunta de investigación general: ¿Cómo impacta en el estilo de vida y la salud de los adolescentes el consumo mediático relacionado con la drogadicción y el *narcostyle*?

Preguntas de investigación específicas:

¿Son adecuados los contenidos que ofrecen los medios para el desarrollo de la identidad de los jóvenes?

¿Conocen los padres de familia el contenido mediático que consumen sus hijos?

¿La Legislación en México cuenta con un control normativo respecto a la programación con la que tienen contacto los adolescentes?

¿Los adolescentes cuentan con una educación mediática que les permita hacer un consumo adecuado de los medios de entretenimiento?

2.5. Objetivos de la investigación

Los objetivos para esta investigación serán los siguientes:

Objeto de estudio: El consumo mediático de los adolescentes sobre temas relacionados con las drogas, sus efectos en el estilo su vida y sus posibles repercusiones en su salud. I

Objetivo de investigación general: Analizar el consumo mediático relacionado con las drogas y su aceptación del *narcostyle* para identificar sus efectos en el estilo de vida y repercusión en la salud de los adolescentes.

Objetivos de investigación específicos:

- Analizar el consumo mediático de los jóvenes y el impacto en el desarrollo de su personalidad
- Determinar el conocimiento de los padres de familia respecto al contenido mediático que consumen sus hijos
- Analizar la legislación vigente sobre regulación de los medios en relación a los contenidos mediáticos a los que tienen acceso los adolescentes en México
- Identificar la educación mediática en los jóvenes sobre el uso de los medios para fines de entretenimiento
- Identificar las causas que pueden generar una adicción en los jóvenes
- Identificar el conocimiento sobre los efectos y consecuencias en su salud del consumo de las drogas en los jóvenes
- Identificar la relación del consumo del contenido mediático de los jóvenes con el consumo de drogas y narcostyle

2.6. Hipótesis

Las hipótesis para esta investigación son:

Hipótesis general: A mayor consumo de contenido relacionado con las drogas y el narcostyle, mayor probabilidad de que los estudiantes de secundaria y preparatoria (adolescentes) desarrollen aprobación al estilo de vida relacionado con el *narcostyle* o bien consumo de drogas, provocando a largo plazo, daños en su salud.

Hipótesis específicas:

- Los jóvenes consideran atractivos o positivos los estilos de vida que observan a través de las series o películas relacionadas con el narcostyle y las drogas y buscan imitarlos
- Los padres de familia desconocen los contenidos del consumo mediático de sus hijos
- Los contenidos relacionados con las drogas y el narcostyle están al alcance de los adolescentes porque la legislación actual en México únicamente supervisa y regula la programación infantil
- Los adolescentes no cuentan con una educación mediática que les permita hacer un consumo idóneo o responsable de los contenidos
- La falta de conocimientos sobre las consecuencias del uso de las drogas, depresión, soledad, malas amistades, pueden llevar a los jóvenes a consumirlas
- Los jóvenes desconocen los efectos o daños a salud que pueden generar las drogas

- Los jóvenes ven en relación con las drogas y narcostyle por qué los consideran atractivos

CAPÍTULO 3
MARCO REFERENCIAL

CAPÍTULO 3. MARCO REFERENCIAL

3.1. Consumo de Medios

3.1.1 *Definición del consumo de medios*

Hoy en día vivimos en una sociedad que día a día cambia; de manera constante enfrentamos, quizá como en ninguna otra época, a las nuevas tecnologías de comunicación e información. Mientras que, en siglos pasados, tuvieron que esperar décadas para contar con un nuevo medio que permitiera informar, entretener u orientar, en nuestra época contamos con una gran diversidad de medios de comunicación que puede ser clasificados de diferentes maneras, una de ellas es tradicionales y otra es digitales.

Esto forma parte de la comunicación masiva, que se refiere a aquel proceso de comunicación que se realiza entre un individuo o grupo de individuos a través de un dispositivo transmisor (medio) para audiencias numerosas y que, acorde con Ramírez (2001), los medios de comunicación tienen las siguientes funciones:

- Papel informativo. Se refiere a la información que pueda ser útil en la vida diaria de la sociedad.
- Asignan un estatus. Se otorga o no credibilidad a los personajes o actores de la sociedad porque los medios avalan hechos, opiniones, personas o instituciones.
- Deciden la agenda de lo importante. A través de ellos se informa de los hechos de relevancia y ante ello, clasifican lo que es noticia y lo que no lo es.

- Representan a los ciudadanos. Se convierten en espacios de interacción y representación de la ciudadanía desempeñando una labor fiscalizadora.
- Función socializadora. Los medios permiten la transmisión de valores (o antivalores), costumbres, ideas o conductas que permiten fijar un referente para interactuar con los demás.
- Fomentan la cultura de la diversión. Es la función de entretener a la sociedad y que varía acorde a los usos de cada medio de comunicación en particular. Abarca desde crucigramas, transmisión de canciones, series, películas, información o publicaciones a través de redes sociales, entre otros.

Debido a la gran cantidad de opciones que tenemos para nuestro uso, es necesario poder contar con una definición del consumo de medios masivos de comunicación. Acorde con Tornero (1996) al hablar de esta definición es necesario señalar algunas consideraciones:

- Disposición de un espacio – tiempo
- Establecer una relación con el interlocutor
- Integrarse a una comunidad, al concebirse como usuario del medio
- Conocer de determinados temas, porque es disponer de determinados temas para poder compartir
- Seguir un curso de razonamiento, debido a que un medio da qué y cómo pensar
- Aceptar una estética que permita obtener formas a las que prestamos nuestra atención y recrean nuestras vidas

- Colocarse ante valores que puedan permitir el dejarse atraer por un referente u otro
- Plantearse propuestas de acción, en el sentido de que podemos responder o no a las propuestas pragmáticas enviadas por los medios de comunicación, pero no podemos ser ajenos a ellas
- Reconocer que un medio, implica un proceso de construcción de una cultura.

Todo lo que utilizamos tiene origen en los medios de comunicación, debido a que de ellos recibimos ayuda porque con ellos aprendemos qué y cómo consumir, por lo tanto, no es descabellado sugerir que los medios también nos consumen (Benavides y Galarza, 2011). Esto, concuerda con lo descrito por Solomon (2002), quien señala que al referirse al término “consumo” no se relaciona sólo a objetos tangibles, sino de las experiencias, ideas y las características intangibles que ello significa.

Ante esto, es necesario señalar que el consumo de medios, no únicamente se refiere a la cantidad de medios que usamos para fines como entretenimiento o información, también se refiere a que, al usarlos, hablamos también de la propia construcción de nuestra identidad personal y social.

3.2 Evolución de los medios: La Sociedad en Red de Manuel Castells

Con nuevas tecnologías en desarrollo, nuestro entorno ha cambiado de manera drástica. Gracias a todos los medios de comunicación (digitales y tradicionales) se ha generado una completa transformación que incluye ámbitos como la productividad, la

identidad cultural, mercados financieros, así como el uso que damos a los mismos medios.

Estos cambios no hubiesen sido posibles sin la llegada de internet, que acorde con Castells (2001), hoy no refleja un futuro, es el tejido de nuestras vidas en este momento. Gracias a internet, los procesos de búsqueda comunicación, la forma y velocidad en las que podemos enviar y recibir información, hasta la manera en que nos entretenemos, interactuamos y nos organizamos en la sociedad han cambiado de forma radical. Estos sucesos, comienzan a partir de la década de los años 90, tiempo en que se desarrolla internet como lo conocemos a través de la *Word Wide Web* (www). Tan solo hablando de medios de comunicación, después de este suceso, se desarrollan páginas web, redes sociales, blogs y correos electrónicos, mismos que hay llegando a complementar e incluso desplazar a los conocidos como medios tradicionales (radio, prensa, televisión).

3.3 Medios de comunicación que consumen los adolescentes

Sin lugar a dudas, los adolescentes son uno de los grupos más vulnerables ante el impacto de las nuevas tecnologías. Según UNICEF (2021), la Organización Mundial de la Salud (OMS) describe la adolescencia como una fase de desarrollo que ocurre entre la niñez y la adultez, comprendida entre los 10 y los 19 años, y que se divide en tres etapas distintas.

Tabla 1

Etapas y características de la adolescencia según la OMS

Etapa	Características
Adolescencia temprana	Entre los 10 y 13 años. Las hormonas sexuales comienzan a activarse, lo que genera cambios físicos como el estirón, cambio de voz, aparición de vello púbico y axilar, olor corporal, aumento de la sudoración y acné. En esta etapa, los adolescentes buscan más a sus amigos mientras se alejan y cuestionan a sus padres.
Adolescencia media	Entre los 14 y 16 años. Se presentan cambios psicológicos y comienza la construcción de la identidad. Los adolescentes reflexionan sobre su imagen y su futuro vocacional. Aumenta la necesidad de pertenecer al grupo de amigos y se acentúa la búsqueda de independencia, lo que puede llevarlos a situaciones de riesgo.
Adolescencia tardía	Desde los 17 hasta aproximadamente los 21 años. Finaliza el desarrollo físico y sexual, y comienza una mayor maduración psicológica. Se sienten más cómodos con su cuerpo y buscan aceptación. Las decisiones empiezan a alinearse con su futuro, el deseo de pertenencia disminuye y prefieren relaciones individuales o grupos más cercanos.

Fuente: UNICEF (2021).

Para Golinko (citado por Abdul, 2008), el que este período se encuentre posterior a la niñez, pero antes de llegar a la vida adulta -incluyendo también a quienes atraviesan por la pubertad- es posible que experimenten sentimientos de confusión, carencia de identidad, así como exploración de la misma.

Esto, se refuerza con lo descrito por UNICEF (2021), que destaca que, en esta etapa de la vida debido a que ellos necesitan configurar su identidad y responder a preguntas importantes como ¿quién soy?, ¿cómo soy?, ¿cómo quiero que me vean?, por ello, de manera constante autoevalúan sus deseos, creencias, gustos, valores que comparten, estilos de vida.

A raíz de esta situación, vivir experiencias propias de la adultez puede resultar atractivo para algunos adolescentes, lo que puede llevar al interés por consumir alcohol,

tabaco u otras sustancias psicoactivas. Por esta razón, este grupo etario es considerado vulnerable (Abdul, 2008).

También debe tenerse en cuenta que los adolescentes crecen en un entorno digital saturado de referentes, lo cual complica la construcción de una identidad personal y limita el desarrollo del pensamiento crítico necesario para resistir la influencia de la publicidad y las modas impuestas por figuras externas al entorno escolar y familiar. En su intento por definirse, adoptan valores y actitudes con los que se sienten identificados durante este proceso (Domínguez, 2004).

Los adolescentes hoy en día reciben estímulos relacionados a su uso de medios como televisión, medios digitales provenientes de Internet, así como dispositivos como consolas de video juegos, que son considerados como responsables de las conductas que desarrollan los jóvenes, (Garzón, 2015).

Otra visión que es importante señalar es la propuesta por Ciñibano (2023), a través de la que señala que el consumo de la radio es sustituido por podcasts en Instagram, Spotify y YouTube y el consumo de la televisión, aunque se sigue produciendo, lo es en menor medida, y se prefiere el consumo de plataformas de *streaming* con las que pueden ver series y películas.

Tan solo en este último apartado es importante revisar las cifras dadas a conocer a través de la “Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares”, (2022), que revela que entre el 2017 y 2021, los usuarios de 12 a 17 años de edad incrementaron 2.4 horas el uso promedio diario de internet al pasar de 3.1 a 5.5 horas frente a las pantallas.

Esta tendencia se sostiene de nueva cuenta en la más reciente edición (ENUDITH, 2023 p.3) a través de la que se revela que grupo de 12 a 17 años, “representa la tercera posición en cuanto al porcentaje de usuarios de internet con un 92.4%, siendo superado por los grupos de 18 a 24 años y de 25 a 24 años quienes representan el primero y segundo lugar con porcentajes del 95.1 y 94.8 por ciento, respectivamente”.

La edición 2023 de esta misma encuesta también destaca que entre los principales usos que la ciudadanía requiere son comunicarse, acceder a redes sociales, entretenimiento y buscar información. Las entidades federativas con los mayores porcentajes de población usuaria de internet fueron: Baja California (89.8 %), Ciudad de México (89.7 %), Aguascalientes (86.9 %) y Nuevo León (86.1%).

3.4 Ventajas y desventajas del uso de los medios de comunicación

Vivimos en una sociedad digital, cuyas características principales incluyen el uso de intensivo de las tecnologías para facilitar, manipular y distribuir la información que requerimos para todas nuestras actividades.

Las razones que usamos para estar en “red de redes”, son demasiadas debido a que durante y después de la pandemia por el COVID- 19 se convirtió en la manera de informarnos y entretenernos. Desde hace más de tres años, ha potencializado estos usos debido a que se convirtió en nuestra principal herramienta para comunicarnos con el

mundo exterior y aunque la pandemia ha llegado a su fin, nuestros hábitos de consumo frente a las pantallas han continuado en el mismo sentido.

En la educación, Internet se transformó en una gran herramienta que nos ha permitido facilitar la adquisición de conocimientos y en el caso de los adolescentes, los también llamados nuevos medios, tienen un mayor uso y aceptación entre los alumnos de secundaria y preparatoria, debido a que también representan una fuente de referencia para moda, entretenimiento, entre otras razones es necesario tener una postura crítica sobre el uso de los medios que incluya sus pros y contras. Acorde con Ballesta (2003), educar en las nuevas tecnologías tiene un papel liberador al ayudar a tomar consciencia sobre el papel de la información y su interpretación, así como en la necesidad de democratización.

Sin embargo, el hacer un mal uso puede provocar severas consecuencias como por ejemplo el uso continuo de dispositivos móviles, puede generar adicción; la exposición a contenidos violentos y agresivos, suele propiciar que se generen conductas de este tipo, sobre todo en menores de edad; el uso excesivo y sin supervisión de los dispositivos, puede generar un aislamiento social, mientras que el exceso de exposición a las pantallas genera disminución de la destreza visual (Núñez, et al, 2022).

También puede agudizar la soledad, depresión o adicción a contenidos perversos, fomentar el consumo de sustancias psicotrópicas, pérdida de privacidad, desórdenes alimenticios, pornografía y ciberdelitos. En un sentido positivo, ayudan a favorecer las relaciones sociales, permiten una mayor apertura al conocimiento, así como el desarrollo de habilidad es como la creatividad, comunicación, razonamiento mientras fortalece y refuerza relaciones de tipo social (Mohedo, 2011), sin dejar a un lado que con la ayuda

de las nuevas tecnologías se puede vencer a la timidez, acceder a sitios y contenidos gratuitos, ahorrar tiempo, así como eliminar costos y distancias (Rojas Litardo, 2022).

Un uso inadecuado de los medios masivos y sus contenidos, puede llevar a que se presenten conductas de riesgo en los adolescentes, mismas que se identifican como cualquier tipo de conducta, verbal o no verbal, que pueda perjudicar contra el equilibrio o el desarrollo biológico, psicológico y social de la persona (Salas, 2018).

En los adolescentes, pueden considerarse dentro de esta definición a las conductas sexuales de riesgo, abuso del alcohol, consumo de tabaco, conductas agresivas sin dejar a un lado el consumo de sustancias psicoactivas, entre otras (Salas, 2018).

3.5 Los contenidos de la programación que ven los adolescentes

A través de la publicación: Educación, Comunicación y Cultura en la Sociedad de la Información, Hopenhayn (2003), destaca que hoy en día contamos con comunidades virtuales que cuentan con cambios culturales debido a situaciones como estar en contacto con varias redes de interacción y un tránsito de lo virtual que no es claro a nuestra realidad.

Es decir, que las tecnologías que utilizamos para interactuar en el mundo virtual tienen una relación directa con nuestra cultura (Hopenhayn, 2003). En el caso de los adolescentes, debido a la facilidad del manejo de las nuevas tecnologías a sus vidas cotidianas, esto desemboca en nuevas exigencias y valores sociales, que buscan satisfacer necesidades de tipo social e individual (Mohedo, 2011). Ante ello,

naturalmente, el cuestionamiento es si lo que ven los adolescentes es adecuado para su desarrollo físico y mental. Acorde con Morales (2017) en su estudio “Consumo Televisivo de Series e Internet. Un estudio sobre la población adolescente en Madrid”, los jóvenes utilizan buscan series que representan a la realidad, sin embargo, estas en su mayoría presentan situaciones negativas.

Basta con ver la programación tanto en medios tradicionales como en digitales para corroborar que existe una falta de contenidos adecuados para ellos, mientras una parte de la programación se dedica al sector infantil otra parte se centra en los adultos, dejando pocas opciones de contenido propio o enfocado para los adolescentes. Según Franquet (1999), en esta etapa de la vida es común el consumo de chats, juegos en la red, videojuegos, películas entre otros contenidos que generan una actitud pasiva o semi pasiva debido a la transición por la que pasan pudiendo generar acciones que ni siquiera son previstas por los diseñadores del de los programas o medios masivos de comunicación, prueba de ello es el tipo de temática abordada que incluye desde violencia, delitos e incluso conductas relacionadas con adicciones.

Morales también destaca que no existe una vigilancia parental suficiente debido en gran parte a la falta de conocimientos sobre las nuevas tecnologías por parte de los padres, aunado a que en ocasiones la preocupación gira en torno a la cantidad de horas que los jóvenes pasan frente a sus dispositivos, pero descuidan los contenidos a los que tienen acceso (Mohedo, 2011; Peñaloza 2012).

3.5.1 Apología del delito en los contenidos mediáticos

Los narco – corridos recientemente conocidos como “corridos alterados” o bien series, novelas y películas abordan de manera constante en nuestros días el tema del estilo de vida de los narcotraficantes.

Tan solo al hablar de música nos encontramos con exponentes como Peso Pluma, Gerardo Ortiz, El Komander o Natanael Cano, quienes en sus canciones manejan temas como el uso de drogas, poder, autos y ropa de lujo y fiestas son altamente aceptados por los adolescentes y jóvenes en nuestro país, mientras que en películas o series tales como “El Sicario”, “La Reina del Sur” o “El Señor de los Cielos” reflejan también este mismo patrón.

Sin embargo, aunque parecieran “mero entretenimiento” algunas agrupaciones y exponentes han tenido contratiempos y complicaciones con sus visas para presentarse en Estados Unidos por los contenidos manejados en sus canciones.

En México, estos contenidos tomaron cierta relevancia de manera reciente por el caso del grupo musical “Los Alegres del Barranco” quienes, en una presentación a principios del mes de mayo de 2025 en el Lienzo Charro de Tequila, Jalisco interpretaron canciones relacionadas a un grupo delictivo (Casillas, 2025)

Esto se debe a una razón, debido a que en nuestro país el Código Federal Penal (Cámara de Diputados, 2024 p. 67) establece el concepto “apología del delito”, que a

través del artículo 208 se define como “provocación de un delito y apología de éste o de algún vicio”.

En el ámbito académico, esta temática tiene una relación con lo establecido a través de las “Teoría del Aprendizaje Social” y “Teoría de Usos y Gratificaciones”.

Recordemos que acorde diversos autores, La TUG representa un intento de explicar la forma en que los individuos utilizan los medios de comunicación, entre otros recursos, para satisfacer sus necesidades cognitivas, afectivas, de integración personal y de integración social, y lograr sus objetivos (Beltrán Galarza, 2021), mientras que, en el caso de la TAS, se menciona que los individuos aprenden nuevas conductas a través de observarlas en el entorno social, imitarlas y reforzarlas por la influencia del mismo entorno, (Delgado, 2019).

Como anteriormente se ha expuesto, en la adolescencia debido a que es una etapa de búsqueda y aceptación de los demás, este tipo de contenidos -que son populares entre ellos-, podrían influir sobre sus conductas.

3.6 Dependencia a los medios masivos de comunicación y su relación con la cultura de masas

Como antes se ha mencionado, debido a la adolescencia, los medios de comunicación tales como la televisión y todos aquellos relacionados con Internet, forman parte importante en sus vidas. Para comprenderlo, es necesario analizarlo desde diversas perspectivas, entre ellas la filosófica. Para el filósofo estadounidense Noam

Chomsky, los medios de comunicación tienen funciones específicas en nuestra vida cotidiana como divertir, entretener e informar, así como también inculcan valores, creencias y códigos de comportamiento que nos permiten integrarnos en la sociedad (citado por Pineda, 2001), por ello, su uso se vuelve indispensable.

Además, que no es de extrañarse que los medios masivos de comunicación se conviertan en un referente obligado en nuestro día a día, se debe destacar que, en las grandes urbes, el uso de los medios de comunicación va ligado al consumismo, que genera una cultura de masas, que se caracteriza por contener y representar todo lo que es moderno, actual y está a la moda.

Para el filósofo francés Edgar Morin, una de las características principales de la cultura de masas es que viene impuesta por el mercado, es poli cultural y penetra en todos los rincones de la vida diaria a través de los medios de comunicación y sus contenidos, pero sobre todo que también evoca al ocio (Botto, 2018).

3.7 Regulación y Legislación

3.7.1 Regulación de la programación para los adolescentes: leyes vigentes en México

En nuestro país el consumo mediático y los medios se rigen a través de la “Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2021)., cuyo antecedente se cimientan en la extinta “Ley Federal de Radio y Televisión”.

Publicada en el Diario Oficial de la Federación -DOF- en el año 2014, esta ley tiene como objetivo sentar las bases para diversas disposiciones en materia de

telecomunicaciones y radiodifusión. El apartado décimo primero se refiere a los contenidos audiovisuales.

A través del artículo 216, fracción III menciona “que el Instituto de Telecomunicaciones será el encargado de supervisar que la programación dirigida a la población infantil respete los valores y principios a que se refiere el artículo 3ro. de la Constitución, las normas en materia de salud y los lineamientos establecidos en esta Ley que regulan la publicidad pautaada en la programación destinada al público infantil, con base en las disposiciones reglamentarias emitidas por las autoridades competentes, así como las ordenar la suspensión precautoria de las transmisiones que violen las normas previstas en esta ley” (p.92) , mientras en el artículo 217 menciona que “corresponde a la Secretaría de Gobernación verificar que las transmisiones de radio y televisión cumplan con los criterios de clasificación, que se emitan en términos esta ley, incluidos aquellos relativos a la programación dirigida a la población infantil, imponer las sanciones establecidas por el incumplimiento a las normas y establecer lineamientos específicos que regulen la publicidad pautaada en la programación destinada a los niños, a fin de asegurar los valores y principios a que se refiere el artículo 3o. de la Constitución” (p.92-93); en el capítulo II referente a los contenidos es conveniente destacar que el artículo 222 menciona que “las autoridades en el ámbito de su competencia promoverán el respeto a los derechos humanos, el principio del interés superior de la niñez, a fin de garantizar de manera plena sus derechos, así como la perspectiva de género” (p.94), mientras que el 223 señala que “la programación debe propiciar la integración de las familias, desarrollo armónico de la niñez, desarrollo sustentable, entre otros” (p.95) .

Es decir, en esta legislación vigente se busca proteger el desarrollo de la niñez, sin embargo, deja lagunas legales sobre cómo deben ser y regularse los contenidos dirigidos a los adolescentes, debido a que se diluye entre la protección a ámbitos como la unidad familiar y los derechos humanos.

Sin embargo, al revisar la “Ley General de los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes”, (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2023 p. 7), el artículo séptimo, señala que “tanto los estados como las leyes federales deben prever acciones y mecanismos que permitan un desarrollo integral pleno de estos sectores de la población”.

Acorde con esta misma ley, por adolescente se refiere a “aquellos ciudadanos cuya edad se encuentre entre los 12 y 18 años, es decir, quienes pueden cursar desde primero de secundaria hasta sus estudios de bachillerato” (p.6).

Otro punto a destacar se encuentra en el capítulo noveno, referente al derecho a la protección a la salud y seguridad social, que a través del artículo 50 mencionan que “las autoridades, en sus tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal), deben establecer mecanismos y acciones preventivas que garanticen desde reducir la morbilidad y mortalidad, eliminar prácticas culturales, usos y costumbres que sean perjudiciales en la salud, establecer medidas que eviten embarazos en estas etapas de la vida, así como establecer medidas referentes a prevenir, atender, combatir y rehabilitar los problemas de salud pública causados por diversas dicciones” (p.24).

También es importante destacar que el “Instituto Federal de Telecomunicaciones” es el encargado de realizar la clasificación de los contenidos de los medios acorde a los grupos de edad.

Acorde a lo publicado en su sitio web “www.ift.org.mx”, este instituto es el encargado de dar a conocer y aplicar los “lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos (2020), mismos que tienen por objeto establecer las reglas en materia de contenidos y los criterios de clasificación que deben observar los concesionarios que presten servicios de radiodifusión o de televisión y audio restringidos y los programadores, en adelante Prestadores de Servicios” (p.1,2).

Acorde con estos lineamientos, la programación de los medios de comunicación se deberá clasificar como:

- Clasificación “AA”: Contenido dirigido al público infantil;
- Clasificación “A”: Contenido apto para todo público;
- Clasificación “B”: Contenido para adolescentes;
- Clasificación “B15”: Contenido para adolescentes mayores de 15 años;
- Clasificación “C”: Contenido no apto para personas menores de 18 años, y
- Clasificación “D”: Contenido extremo y adulto.

En este documento se señala que “la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía debe vigilar permanentemente que la clasificación que los prestadores

de servicios designen a los materiales grabados sea acorde a los lineamientos y en caso de no ser así, cuenta con facultad para que puedan reclasificarse los contenidos dirigidos al público infantil, a todo público y para adolescentes (AA, A, B), mientras que en el caso de la programación clasificada como contenido para mayores de 15 años, no apto para menores de 18 y contenido extremo y adulto (B15, C y D), será esta misma dependencia la encargada de realizar la clasificación” (p.2).

Una vez que se otorga la clasificación de la programación, “los prestadores de servicios deben presentar el título y la clasificación correspondiente al inicio y a la mitad de cada programa con una duración mínima de 30 segundos cada vez” (p.2).

Estos lineamientos, señalan que los medios de comunicación, específicamente, televisoras y radiodifusoras deberán presentar su programación acorde a la siguiente franja horaria:

- Clasificación AA. En cualquier horario;
- Clasificación A. En cualquier horario;
- Clasificación B. De las 16:00 a las 5:59 horas;
- Clasificación B15. De las 19:00 a las 21:00 horas;
- Clasificación C. De las 21:00 a las 5:59 horas, y
- Clasificación D. de las 00:00 a las 5:00 horas.

Como anteriormente se señaló, esta normativa aplica para televisoras y radiodifusoras, pero, en el caso de las aplicaciones de contenidos *On Demand*, no tienen competencia, dejando al libre albedrío de los usuarios los horarios y contenidos por consumir.

Es conclusión, a pesar de que en la misma legislación se busca proteger a los adolescentes para que puedan tener un desarrollo armónico, aún queda mucho por hacer, debido a que, en cuestión de contenidos, aún no se ha regulado del todo el consumo mediático.

3.7.2 Tipificación y límites de la apología del delito en los medios

Al hablar sobre la apología del delito, es necesario señalar que se considera como un delito de orden federal debido que se encuentra tipificada como tal a través del artículo 208 del “Código Penal Federal”.

Al revisar artículos periodísticos, se puede encontrar casos como el de la agrupación “Los Alegres del Barranco” y a través de ese análisis puede apreciarse que, a pesar de estar considerada como delito, en pocas ocasiones llega a tipificar.

Sin embargo, acorde a esta reglamentación, se considera lo siguiente sobre la “apología del delito” (Cámara de Diputados, 2024):

- Apología pública: es necesario que el contenido del probable delito sea público
- Contenido del mensaje: puede tratarse de un delito o de un vicio
- Provocación directa: debe provocar de manera directa a otros a cometer estos actos
- Sanción: de seis meses a cinco años de prisión y multas de 10 a 100 días acorde a lo establecido en este código.

Aunque a través del artículo 209 del CPF (Cámara de Diputados, 2024) “Dichas penas se impondrán a las personas relacionadas o adscritas a cualquier institución, asociación, organización o agrupación de carácter religioso, cultural, deportivo, educativo, recreativo o de cualquier índole y tengan conocimiento de la comisión de los delitos” (p.68) se establece quienes pueden recibir la sanción es necesario recordar que la “Ley Federal de Telecomunicaciones” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2021) no establece una regulación sobre los contenidos los contenidos a los que están expuestos los adolescentes y a la vez, no existe una regulación sobre los contenidos “*on demand*” que se encuentran en plataformas como Netflix o Prime, por ello, la necesidad de trabajar sobre la alfabetización mediática informacional.

3.8 Importancia de la Educación para los medios (AMI)

3.8.1 Definición y objetivos de Alfabetización Mediática Informacional

Gracias a la programación tanto de entretenimiento e información, la necesidad de tener una educación para los medios se ha vuelto una preocupación constante.

La UNESCO (2021 p.1) define a la “alfabetización mediática informacional (AMI por sus siglas en inglés) como un conjunto de competencias que empoderan a los ciudadanos para acceder, analizar, interpretar, comprender, evaluar, utilizar, crear y difundir información y contenido multimedia en todos los formatos, utilizando diversas herramientas, de forma crítica, ética y creativa”.

Los hábitos que se desarrollen en la adolescencia jugarán un papel decisivo en sus patrones de conducta, debido a que se encuentran en un proceso de llegar a la madurez de la vida adulta. Por ello, Mohedo (2011), reitera la necesidad de buscar que los jóvenes puedan tomar decisiones basadas en valor, que les permitan desarrollar habilidades y actitudes para poder vivir en una sociedad de consumo con consideraciones críticas y estándares de calidad.

Estas acciones deben incluir desde competencias en salud para lograr desarrollar buenos hábitos, conocimientos que incluyan la prevención de adicciones, el uso de las nuevas tecnologías, seguridad en el uso de productos e higiene sin dejar a un lado el conocimiento y uso de sus derechos.

En pocas palabras, el objetivo es poder utilizar de manera favorable al desarrollo de los adolescentes los contenidos de los medios y que puedan desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios que permitan identificar aquellos contenidos que sean verdaderos, objetivos, relacionados con la ciencia ficción o bien negativos o incorrectos para su formación y bienestar.

Acorde con la Oficina Regional Europea de la Organización Mundial de la Salud, la salud es la capacidad de desarrollar el propio potencial personal y responder de forma positiva a los retos del ambiente.

3.8.2 Panorama en México de la AMI

En nuestro país, la AMI aún está en desarrollo. Aunque es posible encontrar artículos académicos en donde se busca desarrollar habilidades para tener un mejor manejo y consumo de medios, a nivel legislación aún queda mucho por hacer.

A nivel federal, es posible constatar que la “Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión” (2014), no cuenta con una referencia hacia estas competencias, a pesar que los artículos 218 y 219 (p.93) al señalar las responsabilidades y deberes de las “Secretarías de Educación y Salud” se encuentran desde el uso de las tecnologías de información y educación para cuestiones educativas y en materia de salud.

Respecto a la “Organización de Naciones Unidas en México” (2021), hace cuatro años, inició con el proyecto Red AMI México que tiene como objetivo impulsar la alfabetización mediática a través de esfuerzos a nivel nacional y local, crear un ecosistema AMI, organización de grupos de trabajo, encuentros y conferencias, entre otros.

CAPÍTULO 4
MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 4. MARCO TEÓRICO

4.1 Teoría de la Sociedad de la Información

4.1.1 Antecedentes de la Teoría de la Sociedad de la Información

Hoy en día vivimos en una sociedad donde utilizamos la tecnología a todas horas. Gracias a ella es posible desde ser más productivos en nuestras labores, estar en contacto con seres queridos y hasta contar opciones de entretenimiento. Hablar de una “sociedad de la información”, es tener como referencia al uso de tecnologías recientes que provocan un uso intensivo y extensivo de computadoras o dispositivos similares en la red (Alastuey, 1996), en usos para la vida diaria en aspectos como educación, orientación y entretenimiento.

La “Teoría de la Sociedad de la Información” es uno de los postulados en torno a este uso y dependencia de las nuevas tecnologías. Surgió en la década de 1960 en Japón, se atribuye su antecedente al concepto de sociedad “post industrial”. Esta última fue propuesta por primera vez por el sociólogo Daniel Bell en 1973 (citado por Mc Quail, 2000), donde formula que el eje principal de ésta será el conocimiento teórico y advierte que los servicios basados en el conocimiento habrán de convertirse en la estructura central de la nueva economía y de una sociedad apuntalada en la información, donde las ideologías resultarían sobrando.

En esta misma década, una investigación realizada por Simón Nora y Alain Mina para el gobierno de Francia, tenía como finalidad analizar el impacto de la informática

en aquel país, en específico el destacado papel que tenía el teléfono; con el paso de los años, los estudios se han extendido hacia los medios tradicionales y digitales.

4.1.2 Desarrollo y Principios Básicos de la Teoría de la Sociedad de la Información

Acorde con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia (MINTIC, 2021), la sociedad de la información es aquella en la cual las tecnologías que facilitan la creación, distribución y manipulación de la información, son parte importante en las actividades sociales, culturales y económicas; su uso está centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de toda la comunidad. Manuel Castells, sociólogo español (citado por Crovi, 2005), en su obra: “La era de la información”, permite ver a la sociedad de la información como un nuevo modo de desarrollo que se manifiesta bajo distintas formas, según la diversidad de culturas e instituciones de todo el planeta.

Acorde con Alfonso (2016) esta expresión designa una forma nueva de organización de la economía y la sociedad. Los esfuerzos por convertir la información en conocimiento es una característica que la identifica. Cuanto mayor es la cantidad de información generada por una sociedad, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento.

Este fenómeno también se le llama “Sociedad en Red” (Castells, 1997). Cuenta con las siguientes características:

- Dominio de la Informática. Se convierte en un factor clave para el impulso de la economía. Las nuevas tecnologías facilitan la comunicación interpersonal con el uso de celulares, correos electrónicos, etcétera.
- Facilitan la interactividad, integración y convergencia de las relaciones.
- Crecimiento e interconexión de las redes.
- Globalización.
- Cultura postmoderna.
- Permite visibilizar a los países que no forman parte del primer mundo.

La suma de estos factores da como resultado una convergencia acelerada en áreas como telecomunicaciones, radiodifusión, informática, abren un abanico de posibilidades a los países emergentes.

La Sociedad de la Información hace referencia a la capacidad tecnológica para generar y difundir información. Se caracteriza por un deslizamiento sensible del determinismo tecnológico al económico, ante un sujeto interactivo y más selectivo, que demanda mayor diferenciación para el consumo (Igarza, 2008). Por ello, el proceso de la comunicación conlleva a un cambio, debido a que se definirá por variables tales como la tecnología de la comunicación, las propiedades de los emisores y receptores de la información, sus códigos culturales y el alcance del mismo, (Casarín, 2018).

Este hecho se aplica directamente desde el uso de los MMC (medios masivos de comunicación), debido a que, al diversificarse las opciones, los mismos medios y quienes requieran de ellos para emitir sus mensajes, se encuentran en la necesidad de competir con otros medios que les obligan a depurar el propio, para lograr llamar la atención de la audiencia objetivo, (Díaz-Criado, 2004) Bajo este postulado, los jóvenes,

sin proponérselo, adaptan nuevas tecnologías de información a sus vidas diarias, lo que conlleva a elegir su consumo mediático y a desarrollar aspectos negativos como positivos (Crovi, 2005).

Acorde con Burch (2005), la sociedad de la información se ha encargado de ser una especie de “*embajadora de la buena voluntad*” en el mundo entero gracias a que ha ayudado a que nuevas tecnologías que abarcan desde el incremento del uso de celulares y nuevas opciones de entretenimiento estén al alcance de todos a fin de estrechar la brecha digital. En este sentido, Alfonso (2016) reconoce que los ciudadanos, al estar inmersos dentro de la sociedad de la información, desarrollan nuevas habilidades de pensamiento y capacidades de desarrollo que puede permitir lo mismo a sus comunidades, a ello, debe añadirse lo dicho por Castells (2014), quien señala que nuestra sociedad, es una sociedad en red, construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de internet.

Al hablar de una SI (sociedad de la información), conlleva el llegar a una alfabetización mediática, misma que Aguirre & Moretti (2020) la describen como el conjunto de destrezas, conocimientos y actitudes que necesita una persona para desenvolverse de manera funcional.

Por lo tanto, los elementos teóricos de esta teoría, se enfocarán en el uso de las tecnologías para el consumo de entretenimiento tales como la preferencia de medios digitales a través de programación *on demand* y la televisión.

4.1.3 Casos Ejemplares de la Teoría de la Sociedad de la Información

Hoy diariamente y en todo momento, estamos expuestos a las nuevas tecnologías para usos que abarcan todas nuestras actividades: laborales, educativas, sociales y de entretenimiento.

En términos de este último aspecto, diversos estudios señalan que hoy en día los adolescentes, al ser considerados como “nativos digitales”, al formar parte de la generación Z, cuentan con un mayor consumo de los también llamados “nuevos medios”, prueba de ello es lo que nos expone Gallardo et al, (2022), quien señala que, en países como España, Ecuador y México, entre el 66 y 96 por ciento de los adolescentes utilizan para términos de entretenimiento plataformas como Netflix y YouTube.

Sin embargo, como menciona Ibáñez (2022), ellos pueden acceder sin restricciones a contenidos en diversas redes sociales y plataformas a través de diversos dispositivos reportando consecuencias negativas como distanciamiento de familiares y amigos cercanos; concluye también, que la cantidad de contenido compartido en las redes sociales acerca del alcohol o la marihuana está asociada con la curiosidad que los jóvenes sienten hacia el consumo de esas sustancias, ya que en las principales redes sociales, es posible disponer de este contenido de acuerdo con las preferencias de los usuarios.

Basado en estas investigaciones y en lo anteriormente expuesto sobre la “Ley Federal de Telecomunicaciones” de México, hoy en día, debido al uso de las tecnologías, la posibilidad de ver contenidos de entretenimiento es amplia, sin embargo, al no existir

una regulación precisa sobre la programación que puedan disfrutar los adolescentes, se corre el riesgo de que, por diversas cuestiones, entre ellas la moda, terminen por elegir opciones que puedan ser no adecuadas acorde a su etapa de vida.

Otro ejemplo es el expresado por Ibáñez (2021), quien a través de su investigación “Percepción, experiencias y necesidad de los adolescentes en materia de salud” encuentra a través de una serie de entrevistas, que este grupo de edad, destaca que, tanto en una adolescencia temprana como media, existe una dependencia hacia las nuevas tecnologías que abarca desde el uso de videojuegos hasta dependencia al celular y las redes sociales desencadenando problemas como sedentarismo hasta ser la causa de tener contacto o desarrollar adicciones a las nuevas tecnologías y drogas.

Una comparación más es la realizada por González (2021) a través de la investigación “Redes sociales y contenido mediático en Internet, respecto al consumo de alcohol y marihuana en adolescentes”, a través de la que se expone como los adolescentes prefieren las nuevas tecnologías para comunicarse, entre ellas las redes sociales debido a que pueden ser utilizadas para obtener información, socializar y tener referentes de conducta.

Tabla 2

Comparación de casos ejemplares con respecto a la Teoría de la Sociedad de la Información

Título	“Hábitos y medios de consumo televisivo por streaming en adolescentes de bachillerato”.	“Reflexiones sobre el efecto de elementos ideológicos presentes en los medios de comunicación que afectan las relaciones familiares”	“Redes sociales y contenido mediático en Internet, respecto al consumo de alcohol y marihuana en adolescentes”.
Autores	Gallardo Ortega, E. G., Saltos Gallardo, D. A., & Gallardo Ortega, R. E. (2022)	Ibáñez, J. M. G. (2022)	González (2021)

Relación con la Teoría de la Sociedad de la Información	Destaca que debido a que los adolescentes al formar parte de la “Generación Z” se les considera como nativos digitales, teniendo especial uso para entretenimiento a plataformas de tipo streaming, como Netflix o bien plataformas gratuitas como <i>YouTube</i> ; destaca el uso de celular como el dispositivo más usado. La referencia es de la teoría es hacia el uso de las nuevas tecnologías	Revisa la influencia que tienen los medios masivos de comunicación dentro de las dinámicas familiares en Perú en relación a la transmisión de contenidos y cómo pueden afectar. Llegan a la conclusión sobre fortalecer mecanismos públicos sostenibles para evitar efectos adversos. La relación con la investigación y uso de la teoría se centra en el uso necesario e inevitable de los medios como parte de nuestras vidas cotidianas	Destaca que por la edad en la que se encuentran los adolescentes, el uso de las nuevas tecnologías es parte fundamental en sus vidas. Hacen especial énfasis en las redes sociales debido a que se convierten en medios accesibles, novedosos, innovadores y populares a través de los que se puede obtener información, expresarse y comunicarse sin censura; sin embargo, destacan que por la falta de regulación su uso se relaciona con el consumo de alcohol y drogas en la adolescencia. Se conceptualiza la sociedad en red.
--	--	--	---

Fuente: Elaboración propia, con base en datos tomados de los autores.

4.1.4 Relación con el objeto de estudio

Hablar de la Teoría de la Sociedad de la Información, es hablar acerca de cómo las nuevas tecnologías se involucran en nuestro entorno como parte de nuestra vida diaria.

La relación directa es sobre el uso de los MMC como parte de la transmisión de la identidad cultural, apoyo para obtener entretenimiento, comunicarnos e incluso como un referente; hoy en día, sería imposible realizar nuestras actividades diarias sin ellos y en el caso de los adolescentes, al ser nativos digitales, la necesidad es aún mayor.

Para efectos de esta investigación, la operacionalización de la teoría, se centrará en el uso de las tecnologías en los medios de comunicación para poder ver contenidos con temática relacionada el con consumo de drogas.

4.2 Teoría de Usos y Gratificaciones

4.2.1 Antecedentes de la Teoría de Usos y Gratificaciones

La teoría de usos y gratificaciones representa un intento de explicar la forma en que los individuos utilizan los medios de comunicación, entre otros recursos, para satisfacer sus necesidades cognitivas, afectivas, de integración personal y de integración social, y lograr sus objetivos (Beltrán Galarza, 2021). Este postulado analiza lo que hace la gente con el medio de comunicación y su programación, así como las gratificaciones o recompensas buscadas y que se obtienen al ver su contenido.

A diferencia de otras posturas, que nos hablan sobre el poderío e influencia que tienen los MMC, este postulado nos habla sobre una audiencia activa, que no se deja manipular, sino que al usar busca obtener gratificaciones de los mensajes proporcionados. Un ejemplo de ello, era lo descrito en la “Teoría de la Aguja Hipodérmica” propuesta por Laswell, a través de la cual se “inyectaba información” a la audiencia y nos señalaba la supremacía de los medios y cuán desprotegida estaba la audiencia (Cuesta – Cambra, et al, 2021).

Sin embargo, el paradigma cambia en la década de los años cuarenta; acorde con Lozano (1996), este enfoque surge en este tiempo cuando Herzog realiza un estudio sobre el por qué las radionovelas tenían tanto éxito entre las amas de casa. Los hallazgos que obtenían eran tres: escape emocional, obtención de sugerencias de cómo enfrenar problemas y, por último, deseo de experimentar lo mismo que los protagonistas, es decir,

es la audiencia, quien contrario a posturas anteriores, determina que busca y obtiene de los MMC.

A la par, Lazarsfeld – Stanon, realizan también una serie de estudios, en los que obtienen resultados similares

4.2.2 Desarrollo y principios básicos de la Teoría de Usos y Gratificaciones

Este paradigma continúa transformándose gracias a los estudios de Katz en los años cincuenta al considerar a la audiencia como un elemento activo que se mueve en base a unas necesidades (Cuesta – Cambra, it al, 2021).

Este enfoque también fue estudiado dos décadas más tarde por Kartz, Blumier y Gurevitch (Flores -Ruiz y Humanes – Humanes, 2014) quienes señalan que los individuos son suficientemente conscientes del uso que dan a los medios, de sus intereses y de sus motivos, por lo tanto, sólo la audiencia puede realizar juicios de valor sobre los contenidos de los medios de comunicación. Ellos encontraron a través de medios tradicionales que las necesidades de evasión o diversión, de adquirir información o conocimiento, experiencia emocional o placentera, de reforzar la credibilidad, estatus o confianza y de reforzar las relaciones interpersonales, mientras que también afirmaron que los individuos eran lo suficientemente conscientes de sus necesidades y eran capaces de identificar sus fuentes de satisfacción

En la década de los ochenta, esta postura se mantiene a través de Miguel de Moragas en Sociología de la Comunicación de Masas (Flores Domínguez, 2005), quien plantea que los receptores de los medios de comunicación de masas, son individuos activos y conscientes, capaces de tomar la iniciativa de vincular la gratificación de la

necesidad y la elección de los medios. Esta postura también es compartida por Rosales (2015) quien coincide en que las audiencias son activas y evalúan estímulos al ser capaces de seleccionar lo que desean y responder acorde a los valores, intereses y funciones sociales de cada individuo, por ello, considera también que los medios masivos de comunicación compiten para lograr la atención de la audiencia.

De acuerdo con Aguirre (2021), este enfoque de usos y gratificaciones se compone de elementos que develan las motivaciones que los individuos tienen al consumir medios, y la satisfacción de sus necesidades, beneficios o gratificaciones que le otorga el uso de un medio de comunicación.

Entre dichos elementos se encuentran la diversión como escape de la rutina, uso en relaciones interpersonales debido a que los contenidos pueden ser útiles en conversaciones, identidad personal o psicología individual al ayudar a formar modelos de conducta y vigilancia del entorno. Basado en estos hallazgos, debido a que audiencias son activas, en cuanto a la evaluación y elección de los recursos mediáticos, buscarán y estarán en contacto con los medios debido a que buscan desde esparcimiento, orientación e incluso información o contar con una referencia respecto a un tema determinado y en base a ello podrán realizar juicios y valoraciones que podrán servir para sus vidas, por ejemplo, todo aquello que esté de moda, les ayude a formar una opinión o les proporcione información y entretenimiento, debido a que la selección se hará en base a sus creencias sobre cuales contenidos satisfacen más sus necesidades personales y maximizan su gratificación personal. Por lo tanto, los factores psicológicos y sociales influirán en la toma de decisión (Gil-Fernández & Calderón-Garrido, 2021).

Durante la época actual, este postulado continúa con fuerza llamando la atención de los investigadores de la comunicación, debido a que si bien, las pantallas de las computadoras se han convertido en la ventana al mundo, restándole importancia a la televisión, especialistas como Castells (Martínez, 2010) señalan que la televisión sigue viva y formando parte de los medios en el siglo XXI, mismos que siguen teniendo una gran incidencia en nuestros comportamientos a pesar de que la audiencia, sea quien selecciona los contenidos que consumirá; el motivo radica que los medios proponen una relación entre el estímulo, el estado interno del individuo, así como una respuesta a dicho estímulo (Espinel, et al, 2021).

Acorde con Valbuena de la Fuente (1997), esto dependerá también de la etapa de la vida en que se encuentre el usuario de los medios masivos, por ejemplo, durante la adolescencia, los medios, además de ser esta “ventana mágica al mundo”, se convierten en una ruta útil hacia la información y a convertirse en una fuente de personajes con los que puede relacionarse casi como con la gente real.

Por esta razón, los recientes estudios relacionados con esta teoría se enfocan en (Méndez, s/f):

- Orígenes psicológicos y sociales
- Necesidades que se desarrollan
- Expectativas con referencia a MMC, incluyendo:
- Medios de comunicación de masas y otras fuentes
- Esquemas diferenciales a la exposición a los medios
- Gratificaciones de las necesidades

- Intentar encontrar el grado de necesidades que quedan satisfechas gracias a los medios

Esta investigación se basa en los “usos y gratificaciones”, por ello, la relación con el objeto de estudio será: averiguar los motivos por los que la audiencia ha escuchado unos mensajes, y no otros, en relación a las “gratificaciones” que recibe por consumir unos medios u otros (Rivadeneira, 2016).

4.2.3 Casos ejemplares de la Teoría de Usos y Gratificaciones

La aportación de este postulado es conocer como el medio influye en cada persona, incluyendo tanto a los tradicionales como a los digitales, debido a que, a través de ellos, crean y gratifican sus necesidades.

Un ejemplo de ello podemos encontrarlo en la investigación realizada por Aguirre et al, (2021) en relación con el uso de “*TikTok*” entre jóvenes universitarios en Veracruz, donde encontró que los usuarios pueden utilizar esta aplicación para distracción, entrenamiento o temas educativos, sin embargo, entre las gratificaciones se encontraban aspectos como mostrar la identidad y dar a conocer los gustos, mientras que entre las necesidades destacaban la necesidad de formar parte de un grupo y recibir atención a través de la generación de *likes*.

Otra situación similar puede encontrar en lo expuesto por Flores-Ruiz y Humanes - Humanes (2014) respecto a los usos, gratificaciones y motivaciones que presentan los jóvenes de la Universidad Rey Juan Carlos en España y que van desde

entrenamiento, tener compañía, escapar de la realidad ya sea a través de series o programas tanto en televisión como en medios digitales.

La relación de esta teoría con este estudio tiene relación en las razones, satisfacción y necesidades que los adolescentes pueden tener al consumir contenidos cuya temática principal se relaciona con el estilo de vida supuestamente atribuido con el narco o el consumo de drogas por razones que van desde moda, aceptación o necesidad de formar parte de un grupo.

Por ello, es importante, no dejar de lado lo mencionado por Abud (2008), al considerar a los adolescentes como un grupo vulnerable, por la época de transición en la que se encuentran debido a que están formando y buscando su identidad y personalidad, misma que puede influir en el deseo de experimentar situaciones como el consumo de cigarros, alcohol y drogas.

Un ejemplo más es la investigación de corte cualitativa realizada a través de formularios a grupos de diversas edades propuesta por Mejía (2020) sobre la recepción en México sobre series del narcotráfico, en ella, se destaca que a pesar de que quienes participan en la encuesta reconocen que este tipo de series hacen una apología al crimen y violencia, señalan que representan la realidad que viven, indicando que su gratificación, además del entretenimiento representa una reflexión sobre cómo se encuentra su entorno.

Tabla 3*Comparación de Casos Ejemplares con la Teoría de Usos y Gratificaciones*

Título	“Usos y gratificaciones de TikTok entre jóvenes universitarios del estado de Veracruz, México”.	“Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de los usos y gratificaciones”	“Recepción de series sobre narcotráfico en México”
Autores	Aguirre, C, Anaya, P, it al, (2021)	Flores-Ruiz, I. y Humanes-Humanes, M. L. (2014).	Mejía A.M.V. (2020)
Relación con la Teoría de Usos y Gratificaciones	Investigación realizada en Veracruz con el objetivo de conocer el uso que se le daba al entonces, nueva red social Tik Tok por parte de los alumnos universitarios. En sus resultados destacan que es utilizada como medio socializante, educativo, espacio de entretenimiento, para reafirmar una identidad juvenil e incluso como un medio erótico. Su relación se enfoca directamente en el uso de la red social	Compara “los hábitos y razones del consumo televisivo juvenil en la pantalla de televisión y a través de los ordenadores”. Su relación con la teoría se centra en el uso que le dan a la pantalla de televisión debido a que se continúa usando para entretenimiento, información y orientación; a la par, destacan la preferencia a las nuevas tecnologías por las amplias opciones de uso en tiempos, elección de programación, entre otros factores.	Ante la falta de investigaciones acerca de los efectos de estos contenidos en espectadores mexicanos, esta investigación se realiza con el fin de identificar la opinión de los usuarios referente a este tipo de programas. El resultado es que se tienen recompensas de entretenimiento e información, mientras que interfieren una crítica hacia los entes gubernamentales. La relación con la teoría se centra en lo que esperamos obtener de programas que vemos en los diferentes medios.

Fuente: Elaboración propia

4.2.4 Relación con el objeto de estudio

Debido a las características de su generación entre las que destacan su corta edad, el estar en la adolescencia y ser considerados como nativos digitales, esta teoría nos permite desarrollar desde los usos que se dan a los medios -incluyendo los tradicionales y digitales-, así como las gratificaciones que se obtienen al consumir determinada programación, debido a que por estar en la adolescencia, los contenidos, pueden buscarse para lograr diferentes cometidos, es decir, este postulado sostiene que la programación que consumen nuestros sujetos de estudio debe satisfacer sus necesidades

o deseos, entre lo que pueden estar desde el esparcimiento como escape a su rutina diaria, obtener ideas relacionadas con modas, tener temas de conversación con los demás, obtener una referencia respecto a la sociedad, entre otras situaciones.

La operacionalización de esta teoría se centrará en los motivos diversos y lo que espera obtener los adolescentes para consumir contenidos con temáticas relacionadas con las drogas.

4.3 Teoría del Aprendizaje Social (TAS)

4.3.1. *Antecedentes de la Teoría de Aprendizaje Social*

Esta teoría es postulada por Albert Bandura, un psicólogo canadiense que centró sus estudios en la tendencia conductual – cognitiva, se apoya la idea que las personas aprenden en los entornos sociales a través observación y de la imitación del comportamiento reforzando la influencia que tenemos de los demás (Delgado, 2019)., es decir que el entorno o ambiente es el causante del comportamiento del ser humano (González, 2008) pero también es recíproco, dando como resultado que el comportamiento, causa ambiente; de esta manera definió el concepto de determinismo recíproco (Boeree, 2006).

Una de las características del aprendizaje social es que se puede producir inmediatamente, sin la necesidad de un proceso gradual de adquisición. Mediante la observación aprendemos no sólo la forma de realizar una determinada acción, sino también a predecir lo que sucedería en una situación específica al poner de manifiesto los mecanismos para llevar a cabo esa conducta (Parra, 2015).

Para comprobarlo, Bandura realizó diversos experimentos, uno de los más representativos fue el hecho con niños de preescolar que se encontraban en la guardería de la universidad en la que era profesor, ahí dividió a los infantes en tres grupos, uno de ellos, expuesto a imágenes de adultos golpeando muñecos Bobo, en otro no existía violencia hacia los muñecos y el tercero no tuvo contacto con ellos, el resultado arrojó que el primer grupo imitó las acciones vistas en los adultos, mientras que los demás no repitieron la conducta.

Por ello, Bandura, indicó que los niños adquieren y modifican comportamientos y actitudes mediante la observación de los adultos. Además, encontró que el comportamiento humano no está necesariamente motivado por sus consecuentes - refuerzos o castigos-, como defendía la perspectiva conductista (Rodríguez-Rey & Cantero -García, 2020).

4.3.2 Desarrollo y principios básicos de la Teoría del Aprendizaje Social

Para Bandura, el imitar es necesaria para el aprendizaje, debido a que, si el único aprendizaje posible fuera el que se da a través de las consecuencias de los ensayos y errores, las perspectivas de supervivencia serían escasas (Yubero, 2005).

Este aprendizaje se basa en un hecho social donde intervienen al menos dos personas: el modelo, que realiza una conducta determinada y el sujeto que realiza la observación de dicha conducta, a diferencia del aprendizaje por conocimiento, en el de tipo social el que aprende no recibe refuerzo, sino que este recae en todo caso en el modelo (Parra, 2015).

Su postura se basa en tres conceptos clave que las personas pueden aprender a través de la observación, que el estado mental afecta este proceso de aprendizaje y que sólo porque se aprendió algo no significa que esto resulte en un cambio en el comportamiento de la persona.

A través de la TAS, Bandura, intentó explicar por qué los sujetos que aprenden unos de otros pueden ver cómo su nivel de conocimiento da un salto cualitativo importante de una sola vez, sin necesidad de muchos ensayos, (Barbosa, 2021). Esta postura es compartida también por Ojeda – Martínez, et al, (2018), quien además destaca que el aprendizaje social tiene como principal característica la transmisión de habilidades, conocimientos e información.

Bandura resalta también que hay una combinación de factores sociales y psicológicos que influyen en la conducta. Considera que los factores externos son tan importantes como los internos y que los acontecimientos ambientales, los factores personales y las conductas interactúan con el proceso de aprendizaje (Woolfolk, citado por Reyna, et al, sf) Entre éstos pueden encontrarse la experiencia directa y el aprendizaje por modelos; para ello, reconoce que los humanos adquieren destrezas y conductas de modo operante e instrumental gracias a la observación e imitación, que darán pie a que los individuos imitan lo observado o no (Lacal, 2009).

Según Bandura (1986), “los elementos del aprendizaje observacional” son:

1. Atención. Algunas de las cosas que influye sobre la atención tiene que ver con las propiedades del modelo. Entre más parecido, atractivo o prestigioso sea el modelo, más atención se le prestará. Este tipo de variables encaminó a Bandura hacia el examen de la televisión y sus efectos sobre los niños.

2. Retención. Capacidad de recordar aquello a lo que se le presta atención.
3. Reproducción. Hay que reproducir y/o imitar el comportamiento.
4. Motivación. Se refiere a las razones para seguir haciendo esa conducta. Bandura indica los siguientes motivos:

- Refuerzo pasado, como el conductismo tradicional o clásico.
- Refuerzos prometidos, (incentivos) que podamos imaginar.
- Refuerzo vicario, la posibilidad de percibir y recuperar el modelo como reforzador.

Sin embargo, también existen “motivos para no imitar” (Boeree, 2006)

- Castigo pasado
- Castigo prometido (amenazas)
- Castigo vicario

Otro punto fundamental a destacar, es el medio donde se relaciona la persona y cómo va a afectar en él. De hecho, los patrones de conducta pueden ampliarse gracias a los MMC. La televisión y en general, los medios de comunicación, ejercen una importante influencia en los individuos de todas las edades, tal como lo demostró Bandura en 1963 (Moctezuma Pérez, 2017).

Para algunos autores, el aprendizaje social está vinculado al ambiente debido a procesos del condicionamiento y refuerzos tanto positivos como negativos que recaen en presiones sociales. Con este punto de vista se plantea que el ser humano aprende permanentemente, por lo que concibe el aprendizaje como un proceso en el que se va construyendo a partir de sus realidades, subjetividades y donde de algún modo, el contexto influye en esa dinámica de construcción (Manzueta, 2022).

4.3.3 Casos ejemplares relacionados con la Teoría del Aprendizaje Social

Según Bandura el aprendizaje de conductas puede darse en la observación de las mismas y del ambiente. Esto puede comprobarse a través de lo encontrado por Espada et al, (2008), quien al estudiar como el consumo de alcohol entre quienes están en el proceso de convertirse en adultos en una zona rural de Murcia, España encontró que mientras los padres, hermanos o amigos cercanos a los jóvenes ingerían este tipo de bebidas, el sujeto se identificará e imitará este modelo.

También debemos tener en cuenta lo propuesto por Mora Oquendo et al, (2021), quien a través del estudio denominado factores asociados al consumo de drogas en los adolescentes indica que el consumo de drogas también se debe a la percepción que tiene la sociedad sobre ellas, sobre todo las de tipo natural como la marihuana, que pueden considerarse como inofensivas, debido a que los adolescentes al contar con un grupo de referencia de consumo, genera un aprendizaje observacional, como lo determina la teoría del aprendizaje social, propuesta por Bandura, quien menciona que para el aprendizaje conductual son potenciales la familia y su núcleo cercano como lo son los amigos, generando refuerzos a la conducta y sirviendo de guía como modelo de comportamiento. Todos estos factores deben tomarse en cuenta debido a que repercuten en la salud mental y física de quienes conforman este grupo de edad.

En un aspecto positivo, se encuentra lo señalado por Gabino (2023) a través de la investigación “Intervención preventiva infantil en alumnos de quinto año de primaria para evitar o retrasar el consumo de drogas”, quien, a través de mostrar entornos y

conductas favorables, se logra reducir la concepción que tienen los estudiantes sobre el uso de drogas.

Bajo los supuestos de la teoría del aprendizaje social, utiliza el programa “Dejando Huellitas en tu Vida” en donde se resalta la importancia de implementar intervenciones preventivas desde edades tempranas con el fin de favorecer el desarrollo de hábitos de vida saludables y el desarrollo de habilidades sociales adecuadas, entre ellas el desarrollo de la asertividad, lo cual evita que los estudiantes se involucren en conductas riesgosas como el consumo de drogas, se hace énfasis en la necesidad de implementar programas como la presente intervención.

Tabla 4

Comparación de casos ejemplares con la Teoría del Aprendizaje Social

Título	“Influencia de los modelos sociales en el consumo de alcohol de los adolescentes”	“Factores asociados al consumo de drogas en los adolescentes”.	“Intervención preventiva infantil en los alumnos de quinto año de primaria para evitar o retrasar el consumo de drogas”
Autores	Espada, J. Pereira, J, it all (2008)	Mora Oquendo, B., Padilla Martínez, N., & Cuesta Aguilar, S. (2021).	Gabino Ruiz, E. I. (2023).
Relación con la Teoría del Aprendizaje Social	Investigación realizada en España para conocer el cómo el consumo de alcohol entre los adolescentes. A través de un estudio cuantitativo se arroja que la principal razón del consumo es la relación con amigos, seguido de consumo de hermanos y se incrementa si el padre tiene este hábito. La relación con la teoría se basa en cómo los entornos favorecen para desarrollar, en este caso, el consumo de alcohol.	Estudio realizado para analizar y comprender el entorno que rodea cómo afecta el consumo de drogas en los adolescentes, llegando a la conclusión de que ambientes favorables, evitan o retrasan el desarrollo de adicción a las drogas. La relación con la TAS va en relación a la importancia de los entornos como el posible desarrollo o no de una adicción.	Trabajo de tesis realizado en la Universidad Veracruzana a través del cual se desarrollan un modelo de prevención basado en contar con ambientes de conocimiento sobre las consecuencias y efectos negativos que pueden causar en los niños el consumo de alcohol y tabaco a temprana edad. El objetivo es lograr un cambio de percepción y con ello, evitar también un posible consumo de drogas. El resultado fue un cambio favorable en el nivel de percepción. La relación con esta teoría, al igual que los anteriores casos, se enfoca en el manejo de los entornos y la influencia que puede desarrollar en los sujetos de

Fuente: Elaboración propia

4.3.4 Relación con el objeto de estudio

La influencia de los otros, como lo señala Bandura, es un factor determinante en el desarrollo o no de conductas y acciones. A través de esta teoría, podemos identificar la relación entre los diversos entornos con el que los alumnos tienen contacto. Para efectos de este análisis nos centraremos en la operacionalización de la motivación, reproducción y retención de las conductas observadas.

Para este estudio, será de gran importancia, conocer cómo sus relaciones con amigos y familia, influyen con su percepción sobre conductas que tienen relación con la cultura del narco y el consumo de drogas, que formarán parte de la operacionalización de la teoría.

CAPÍTULO 5
METODOLOGÍA

CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA

5.1 Estrategia teórica metodológica

Hernández, Baptista y Fernández (2010) señalan que la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno. Por su nivel de conocimientos, este estudio es de tipo cualitativa, debido a que, a través de una serie de entrevistas, busca observar cómo se relaciona el consumo mediático con la aceptación y posible consumo de drogas.

Esto se refuerza con lo descrito por Herrera (2017), quien indica que la investigación cualitativa es una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a través de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video, registros de todo tipo, fotografías o películas y artefactos.

Su tipo es exploratoria, porque este tipo de estudios se efectúan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o del que no se había abordado antes. (Hernández, et al, 2010).

El método para esta investigación será analítico, debido que los señalamientos de los participantes se descomponen en elementos básicos de lo general a lo específico, lo que puede definirse de la siguiente manera un método científico de análisis del discurso basado en unos procedimientos generales que se aplican en el caso por caso a partir de la escucha de una situación concreta (Ramírez, 2011).

Desde esta perspectiva, el método será entendido como una actitud que privilegia los procedimientos abiertos, con supuestos flexibles y modificables, en armonía con el devenir de las situaciones (Patino & Arbelaz, 2016).

Tabla 5

Categorías y Variables

Objetivos específicos	Categoría de análisis	Variables	Dimensión
Identificar el consumo mediático de los adolescentes	Consumo mediático de los adolescentes	Tipos de dispositivos	Medios tradicionales y digitales
		Tipo de programación	Tipos de programas Contenidos
		Uso	Uso de los medios
Determinar el conocimiento de los padres de familia respecto al contenido mediático que consumen sus hijos	Consumo mediático identificado por los padres	Conocimiento de contenidos que sus hijos consumen	Consumo mediático de los hijos
Identificar la relación del consumo del contenido mediático de los jóvenes con el consumo de drogas y <i>narcostyle</i>	Consumo de contenidos	Consumo de contenidos	Consumo de contenidos relacionados con las drogas
	Percepción y conocimiento sobre las drogas	Percepción y conocimiento de los estudiantes	Percepción y conocimiento sobre el uso de drogas
Identificar las causas que pueden generar una adicción en los jóvenes	Entornos (social y familiar)	relación de entornos y sus efectos en los jóvenes	entorno familiar entorno social

Fuente: Elaboración propia

5.1.1 Técnicas de investigación

El propósito es conocer si el consumo mediático durante la adolescencia que contenga contenidos respecto a la programación relacionada con las drogas y el estilo de vida relacionada con este, contribuye a que se puedan desarrollar percepciones positivas o incluso ayudar para generar adicción a las drogas. De manera complementaria, se

analizan también los entornos sociales y familiares a fin de desarrollar recomendaciones que permitan elaborar políticas públicas que permitan combatir y prevenir el uso de drogas.

Para obtener información, se utilizará a la entrevista, debido a que acorde a Calderón y Alvarado (2011), a través de esta técnica es posible:

- Tener un interés tanto en quien se entrevista, como en los contenidos o respuestas que emite
- Es un instrumento flexible que permite conocer el mundo de los agentes que participan en ella
- Permite recolectar datos de forma expositiva
- Debe acompañarse de un plan determinado para su guía

5.1.2 La Entrevista Semiestructurada

Para poder recabar los datos se realiza una entrevista de tipo semiestructurada, debido a que para su desarrollo requiere de un plan de desarrollo, pero procede con mayor acción y agilidad que puede permitir libertad en los temas al momento de desarrollarse con el objetivo de buscar información en la actuación del discurso, (Calderón & Alvarado, 2011).

Ese sentido, las preguntas se realizan de manera previa y relacionadas con las categorías de investigación a manera que la información obtenida se pueda clasificar y analizar con mayor facilidad y exactitud.

El tipo de diseño es narrativo, debido a que se elaboró con la finalidad de obtener datos sobre las historias de vida y experiencias para poder describir y analizar el objeto de estudio, (Salgado, 2007).

5.2 Universo y Muestra cualitativa

El universo se compone de personas que iniciaron su consumo de sustancias antes de llegar a la adultez, así como de aquellos que en la actualidad continúan siendo consumidores. Su localización es el área metropolitana de Monterrey. El objeto de estudio es estudiar sus historias de vida, encontrar similitudes y diferencias que a futuro permitan la realización y ejecución de programas preventivos.

El tipo de muestreo es opinático, que es de tipo estratégico con criterios de elección formulados a partir de intereses y facilidades, así como situaciones relacionadas con el tema de estudio, (Pla, 1999) y selectivo, debido a que el interés fundamental no es la medición, sino la comprensión de los fenómenos y procesos sociales en toda su complejidad, (Martínez – Salgado, 2012).

La muestra, consistirá en entrevistas semiestructuradas con personas que deberán reunir las siguientes características:

- Haber iniciado su consumo en la adolescencia
- Pertenecer o asistir a un centro de rehabilitación
- Ser habitantes de Monterrey y su área metropolitana
- Actualmente, deben ser personas mayores de edad

Para realizar las entrevistas se colaborará con un centro de rehabilitación, quienes, por cuestiones de confidencialidad, ha solicitado mantener el anonimato el nombre de la institución y su localización. En total, participarán cuatro internos, que han accedido a colaborar en este estudio.

5.3 Campos semánticos

Debido a que su objetivo es aproximarse al significado de manera natural, directamente con los individuos, evitando la utilización de taxonomías artificiales creadas por los investigadores para acercarse al estudio de los significados psicológicos y al estudio del conocimiento (Valdez, 2005), se emplean campos semánticos relacionados con el uso de medios, consumo de programación relacionada con drogas y estilos de vida relacionadas con los mismos así como la relación de los entornos sociales y familiares de los participantes.

- Consumo mediático en la adolescencia
 - a) Tipos de medios o dispositivos
 - b) Tipo de programación
 - c) Uso
- Conocimiento de los contenidos que ven los hijos por parte de los padres de familia
 - a) Conocimiento de los contenidos mediáticos que ven los hijos
- Consumo mediático favorable o donde está presente el consumo de drogas
 - a) Consumo de contenidos

Percepción y conocimiento sobre el uso y consecuencias de las drogas

- Motivos que generan la adicción en los jóvenes
 - a) Entorno familiar
 - b) Entorno social

5.4 Detonadores

- Hablemos sobre cómo inició tu consumo
- Recuerdas a qué edad fue tu primer contacto con las drogas
- Qué te motivó a consumir drogas
- Cómo puedes describir a tus amigos en esa época
- Describe tu entorno social y relación con quienes te reunías para consumir
- Con qué medios de comunicación tenías contacto
- Qué observabas o escuchabas en ese tiempo
- Los contenidos que veías eran conocidos por tu familia
- Hablemos de tu entorno familiar
- Sabías los riesgos que podías tener por consumir drogas

5.5 Técnicas de análisis de la información

Para analizar los datos, se recurrió a la transcripción de las entrevistas a fin de poder realizar el análisis correspondiente. La técnica a emplear fue el análisis del discurso a partir de la argumentación. Este proceso analítico se diseñó para reconstruir los sentidos que los entrevistados atribuyen al consumo mediático y su vínculo con las adicciones, siguiendo la propuesta de análisis del discurso sociocultural de Gilberto

Giménez (1981). A continuación, se describen los pasos, las técnicas y los criterios de rigor empleados.

Para la preparación del corpus, se realizó la grabación y transcripción literal de las entrevistas semiestructuradas (duración promedio de 45 min).

Segmentación sintagmática: cada intervención se dividió en párrafos autónomos, unidad mínima de análisis y se numeró consecutivamente.

Contextualización socio biográfica de cada caso (edad, escolaridad, droga principal, entorno familiar) para favorecer la interpretación situada (Martínez-Salgado, 2012).

Tabla 6

Marco Analítico

Nivel	Operación	Producto
Sintagmático	Reconocimiento de sujetos y predicados en cada párrafo	Tabla con <i>objetos discursivos</i> y <i>tópicos</i> derivados (Giménez, 1981, pp. 122-123)
Semántico-pragmático	Identificación de actantes (yo / nosotros - tú / ustedes) y de la posición ideológica	Matriz de <i>argumentos</i> y <i>contrargumentos</i>
Socio-discursivo	Relación de los argumentos con las condiciones institucionales, ideológico-culturales e histórico-coyunturales	Mapeo de campos de sentido (Bourdieu, 1999)

Fuente. Elaboración propia

Análisis sintagmático: El nivel sintagmático parte de la tradición estructural (Saussure y Barthes) y del método que Gilberto Giménez (1981) adapta al estudio de los discursos sociales. Se centra en la forma lineal del enunciado, cómo se encadenan los componentes dentro de cada párrafo, sin interpretar aún el contexto exterior.

Tabla 7*Proceso Analítico Sintagmático*

Paso	Procedimiento aplicado en la tesis	Producto
a. Segmentación	Cada entrevista se transcribió y se dividió en párrafos numerados.	Unidades mínimas autónomas de análisis.
b. Identificación de sujetos y predicados	Se subrayó el sintagma nominal que actúa como sujeto y el sintagma verbal que funciona como predicado.	Columna «Objetos y predicados» del cuadro.
c. Derivación de <i>objetos discursivos</i>	El sujeto se abstrae en un <i>objeto discursivo</i> (p. ej. «esa música» → <i>música narco cultural</i>).	Columna «Objeto discursivo».
d. Derivación de <i>tópicos</i>	Del predicado se extrae el <i>tópico</i> o subtema (p. ej. «influye en los chavitos» → <i>normalización del narco-estilo</i>).	Columna «Tópico».
e. Cadenas sintagmáticas	Se rastreó la repetición / variación de objetos y tópicos a lo largo del discurso.	Tabla de co-ocurrencias y ruta argumental.

Fuente: Elaboración propia

Análisis pragmático-socio discursivo: El nivel pragmático interpreta el enunciado en su situación de comunicación: quién habla, para quién, con qué intenciones y desde qué posiciones sociales (Fairclough, 1995; Van Dijk, 2016). Retoma la tercera fase propuesta por Giménez, condiciones ideológico-culturales e histórico-coyunturales.

Tabla No 8.*Proceso Pragmático*

Paso	Procedimiento aplicado	Producto
a. Determinación del sujeto de enunciación	Se localizaron los actantes <i>yo/nosotros</i> y <i>tú/ustedes</i> (Benveniste).	Matriz de posiciones.

Paso	Procedimiento aplicado	Producto
b. Identificación de actos de habla y modalizadores	Se codificaron verbos performativos («quiero ser», «prefiero», «me obligaron») y modalizadores de certeza/duda.	Tabla de fuerza ilocutiva.
c. Lectura ideológica	Se analizó cómo el hablante justifica o naturaliza el delito (ej.: “nadie obliga a nadie” = desplazamiento de responsabilidad).	Columna «Argumentos» y mapa de campos de sentido (Bourdieu).
d. Discurso-poder	Se evaluó la relación entre el decir y estructuras de poder (glamur narco, masculinidad hegemónica).	Informe interpretativo en Resultados

Fuente: Elaboración propia

Codificación y construcción de categorías

Codificación abierta línea por línea en MaxQDA, software de análisis cualitativo

Agrupación axial: los códigos se vincularon en cuatro categorías: influencias mediáticas, *narco cultura*, trayectoria de consumo, factores protectores

5.6 Validez y confiabilidad del estudio

Tabla 9.

Validación de Instrumento Cualitativo

Objetivos específicos	Categoría de análisis	Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems entrevista / Jóvenes que han enfrentado problemas de adicción	Tipo de medición	Sustento teórico	Elemento aplicable de la teoría
Identificar el consumo mediático	Consumo mediático de	Tipos de dispositivos	Medios tradicionales y digitales	Uso de medios que utilizan	¿Qué dispositivos utilizabas para entretenimiento en la época que consumías?	Datos de identificación	Marco referencial, uso de medios / Marco teórico / Teoría de la Sociedad de la Información	Marco Referencial. - El uso de medios (Tornero, 1996) se refiere a la cantidad de medios que utilizamos con fines de entretenimiento e información, así como a “la construcción de nuestra identidad personal y social”. “Teoría de la Sociedad de la Información”. - Debido a la
		Tipo de programación	Tipos de programas	Programación	¿Qué veías o escuchabas? Música, series...		Marco referencial, uso de medios / Marco teórico Teoría	

- Identificar el consumo mediático de los adolescentes
- impacto del entorno familiar, en el contenido mediático para la formación de la identidad social y personal de los jóvenes
- relación del consumo del contenido de los medios de los jóvenes con el consumo de drogas y *narcostyle*
- causas que generan adicción a las drogas en los jóvenes

Para identificar el consumo de medios, los participantes serán cuestionados sobre los medios que utilizaban durante el tiempo que presentaron o presentan su consumo, a ello, es posible que puedan elegir entre medios tradicionales o digitales. Para el tipo de programación se consideran indicadores como tipos de programas -que pueden incluir series, películas, canciones- así como los temas o contenidos que abordan. La última variable se centra en el uso, en sentido de conocer el por qué utilizaban esa programación. Este objetivo en particular se centra en dos teorías, la primera basada en la “Teoría de la Sociedad de la Información”, debido a que entre sus características destacan desde la interconexión y crecimiento de redes, tendencias globalizantes así como una cultura postmoderna, (Castells, 1997) y la segunda en la “Teoría de Usos y Gratificaciones”, que de acuerdo con Aguirre (2021), este enfoque devela desde las motivaciones hasta la satisfacción de necesidades o beneficios que pudieron presentar los participantes al utilizar determinado medio y programación.

El segundo objetivo, se relaciona directamente con el conocimiento de la familia, en específico de los padres, acerca de los programas con los que los hijos tenían contacto en la temporada en la que consumían -o consumen- drogas, las variables a analizar se centran en si los padres tenían o no conocimiento de la programación a la que se tenía

acceso y de ser así la opinión que tenían. La razón de explorar estas variables y dimensiones, se centra en lo expuesto en la “Teoría de la Sociedad de la información” acerca con contacto de con una cultura post moderna (Castells, 1997) y la posibilidad de que gracias a la introducción de las nuevas tecnologías los padres de familia pueden desconocer el uso de las mismas (Morales, 2017).

El tercer objetivo se refiere a la relación del consumo mediático con las situaciones de consumo de los jóvenes; las variables a analizar se centran en el consumo de los contenidos mediáticos y la recepción y conocimientos sobre las drogas, su exploración se centra en lo expuesto a través del Marco Referencial en el Capítulo 3 a través de la cual se expone que los medios desarrollan un papel de llevar entretenimiento a la sociedad (Ramírez, 2001) pero también se expone el hecho que durante su consumo, los participantes eran adolescentes, etapa de la vida que se encuentra entre la niñez y adultez, donde acorde a UNICEF (2021) también es una época en la que se forman la personalidad pero en la que también existen muchas dudas y sentimientos de explorar nuevas situaciones, en ese sentido, existe también una relación con la anteriormente expuesto en la “Teoría de Usos y Gratificaciones”.

El cuarto objetivo se identifica como causas que generan la adicción a las drogas. En este apartado se analizan la influencia que los entornos familiares y sociales tienen en el posible desarrollo del consumo de drogas. Su uso se valida a través de lo expuesto por Bandura (1986), creador de la “Teoría del Aprendizaje Social” quien destaca cómo una conducta puede llamar la atención, ser repetida y convertirse en un patrón de conducta.

5.7 Pilotaje de Instrumento

Con la finalidad de probar el instrumento, se realizó un pilotaje con cuatro entrevistas a profundidad con personas de diferentes edades. Los participantes pidieron no utilizar sus nombres reales. Su residencia actual está ubicada en las zonas norponiente de Monterrey y como requisito, todos iniciaron su consumo en la adolescencia.

Un hallazgo importante, es que, a pesar de pertenecer a generaciones distintas, todos consideraron que la causa principal es la curiosidad y existió una similitud en los casos en variables elección y tipo de contenidos mediáticos que consumían.

Respecto al entorno familiar, es variado, pero se destaca que, en el caso de uno de ellos, se tenía cierta normalización derivado que su padre bebía alcohol y sus hermanos consumían.

En común, los cuatro señalaron haber utilizado medios de comunicación durante su etapa de consumo; también admitieron que consumían programación (películas, programas de televisión, etcétera) donde se mostraba el uso y consumo de drogas.

Todos reconocen que el ver este tipo de contenidos les daba ideas de cómo experimentar con drogas o bien, les ayudaba a reforzar ciertas conductas o comportamientos relacionados con ello, o bien, sobre cómo pelear en las calles. Reconocen que incluso, deseaban ser como los protagonistas de esas historias.

Los amigos y el deseo de pertenecer a ciertos grupos, comportamiento habitual en la adolescencia, se puede observar e identificar a través de como desarrollan su

consumo, debido a que ello les daba sentido de “pertenencia” o afiliación debido a que les daba la oportunidad de contar con aprobación de los demás miembros.

Para quienes cuentan con mayor edad, destaca las observaciones que hacen hacia las nuevas generaciones, en el sentido que la actual música y programación puede llegar a confundir o desviar a los jóvenes.

Entre las similitudes también destaca la recomendación a las nuevas generaciones acerca de los hábitos de consumo mediático actual, debido a que consideran que tanto películas, canciones o series pueden confundir a los jóvenes. Otro aspecto a destacar es cómo los hacía sentir el consumo de drogas. Los participantes aseguran que hacerlo los hacía sentir bien, correctos, así como seguros de sí mismos.

En temas de salud, respecto a las secuelas por el consumo a temprana edad, tres de los participantes aseguran que no tuvieron efectos secundarios ni a corto, mediano o largo plazo, sin embargo, uno de ellos asegura sí tenerlos. Todos reconocen que sabían que consumir enervantes y drogas sintéticas, podría generar consecuencias.

CAPÍTULO 6
RESULTADOS

CAPÍTULO 6. RESULTADOS

6.1. Análisis Argumentativo del Caso No. 1

El caso de Martín (abril 2023) proporciona un panorama detallado sobre la influencia del entorno social, los MMC y la estructura familiar en el uso de drogas en los adolescentes. A continuación, se presenta un análisis basado en las categorías previamente identificadas:

En cuanto a la iniciación del consumo, su exposición a sustancias en edades tempranas se ha relacionado con un mayor riesgo de dependencia a largo plazo. Factores como la disponibilidad de drogas en su círculo social y la falta de información sobre los efectos negativos también pueden haber contribuido a su inicio en el consumo. El ser adolescente es una etapa de búsqueda de identidad y experimentación, lo que hace que los jóvenes sean sumamente vulnerables a las influencias externas. Él menciona que su primer contacto con sustancias ocurrió a los 16 años, influenciado principalmente por la curiosidad y la interacción con su entorno: "*Empecé aproximadamente a los 16 años en el caso de la droga*" (Martín, 2023).

Respecto a la influencia del grupo, destaca el papel fundamental que juegan las amistades en el inicio del consumo: "*El consumo de droga lo empecé con compañeros mayores que yo*". La búsqueda de aceptación social y la convivencia con personas mayores generan un ambiente propicio para la experimentación con drogas. En muchos casos, la presión grupal no se percibe explícitamente, sino que se manifiesta de manera implícita a través de la necesidad de encajar y compartir experiencias con su círculo social. La imitación de

comportamientos en el grupo de pares es un fenómeno documentado en la literatura sobre consumo de sustancias, lo que resalta la importancia de generar redes de apoyo saludables para los jóvenes.

En la decisión personal y autonomía es importante destacar que, a pesar de la influencia de su entorno, enfatiza que el consumo fue una decisión propia: "*Nadie obliga a nadie, fue una decisión personal*". Sin embargo, su discurso refleja la internalización de una responsabilidad individual dentro de un contexto social que facilita el acceso y la normalización de las drogas. Esta contradicción entre autonomía y presión externa es un fenómeno común en los consumidores jóvenes, donde la percepción de control personal oculta la influencia estructural del entorno. Es importante considerar que la percepción de autonomía en la adolescencia puede estar mediada por una falsa sensación de control sobre las consecuencias del consumo de sustancias.

Sobre el consumo mediático y la narco - cultura, Martín reconoce la influencia de la música en su percepción del mundo, aunque expresa una postura crítica hacia ciertos géneros que glorifican el narcotráfico: "*No me gusta Peso Pluma ni Natanael porque glorifican el narcotráfico*". Su testimonio evidencia que el consumo mediático no solo expone a los jóvenes a contenidos asociados con las drogas, sino que también puede generar posicionamientos críticos ante ellos. Sin embargo, el constante bombardeo de mensajes que exaltan la vida del narcotráfico puede generar una normalización sutil de estas prácticas, incluso en quienes inicialmente se muestran críticos. El acceso sin filtros a contenidos de narco-cultura en redes sociales y plataformas de *streaming* puede reforzar actitudes favorables al consumo de drogas.

Al abordar la normalización del consumo en jóvenes, uno de los aspectos más preocupantes en este relato es su observación en el creciente uso del consumo de drogas en adolescentes de 13 y 14 años: "*He visto a chavitos de 13 y 14 años muy metidos en el oscuro mundo de las drogas*". Esto sugiere la existencia de un fenómeno de normalización del consumo en edades más tempranas, lo que requiere estrategias preventivas más efectivas. La exposición a pares consumidores, junto con la percepción de que el consumo es una práctica común, disminuye las barreras psicológicas que podrían evitar el inicio en el uso de sustancias. Además, la falta de referentes positivos dentro de su comunidad puede reforzar la aceptación del consumo como parte de la vida cotidiana.

En cuanto al impacto familiar y la falta de supervisión, se menciona que sus padres nunca se enteraron de su consumo, lo que señala una falta de supervisión y comunicación dentro del núcleo familiar: "*Mis padres nunca supieron que yo consumía*". Esta desconexión parental podría ser un punto de riesgo a tomar en cuenta en la progresión del consumo de drogas en adolescentes. La ausencia de límites claros, el desconocimiento sobre las actividades de los hijos y la falta de diálogo sobre los riesgos del consumo pueden propiciar escenarios donde los adolescentes experimenten con sustancias sin restricciones ni apoyo familiar. La supervisión parental y la comunicación abierta pueden ser factores clave en prevenir del uso de drogas.

Otro aspecto a destacar en este caso es la adicción y negación. A pesar de estar consciente de los riesgos asociados con las drogas, Martín continuó consumiendo, lo que refleja un patrón común en las personas con problemas de adicción: "*Siempre estuve informado de los riesgos, pero seguí consumiendo*". La negación del impacto real del consumo y la dificultad para abandonar las sustancias muestran la complejidad del proceso

de rehabilitación. La dependencia no solo se desarrolla a nivel físico, sino también psicológico, donde la droga se convierte en un mecanismo de afrontamiento ante problemas emocionales y sociales. La negación es un mecanismo de defensa común en personas con adicciones, lo que dificulta el reconocimiento del problema y la búsqueda de ayuda oportuna.

Este caso ilustra cómo diversos factores sociales, culturales y familiares interactúan para influir en el consumo de drogas en adolescentes. La combinación de la presión del grupo, el consumo mediático, la falta de supervisión parental y la normalización del consumo crea un escenario propicio para la perpetuación de patrones de adicción. Es crucial diseñar estrategias de prevención que incluyan el fortalecimiento del núcleo familiar, la educación sobre los efectos de las drogas y la promoción de un consumo mediático más crítico y consciente. Además, es fundamental abordar la percepción de autonomía en los adolescentes, ayudándolos a desarrollar herramientas para resistir la presión social y tomar decisiones informadas sobre su bienestar. El implementar programas de prevención junto con aquellos donde se favorezca el diálogo con la familia también puede ser clave en la reducción de casos de uso de drogas en los adolescentes.

Tabla 10

Caso 1

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
1	Consumo de sustancias	Iniciación en el consumo de drogas	"Empecé aproximadamente a los 16 años"	Influencia del entorno, curiosidad	Se inicia por presión social, por experimentar, o por influencia de amigos mayores.

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
2	Influencia social	Impacto de las amistades en el consumo	"El consumo de droga lo empecé con compañeros que eran mayores que yo"	Relaciones con pares y modelos a seguir	La compañía de personas mayores favorece la experimentación con drogas.
3	Decisión personal	Responsabilidad en el consumo	"Nadie obliga a nadie, fue una decisión personal"	Autonomía y responsabilidad	Se asume el consumo como una elección propia, sin coerciones externas.
4	Actividades recreativas	Consumo y ocio	"Me gustaba jugar fútbol y escuchar música"	Relación entre gustos musicales y consumo	La música que se escucha puede reforzar o contrarrestar las decisiones de consumo.
5	Percepción de la música	Relación entre contenido musical y drogas	"Esa música influye en los chavitos"	Narcocorridos y contenido violento	La música con referencias al narcotráfico puede influir en la normalización del consumo.
6	Familia y consumo	Desconocimiento de los padres sobre el consumo	"Mis padres no sabían que yo consumía"	Falta de supervisión, confianza	Los padres suelen ser los últimos en enterarse, lo que dificulta la intervención temprana.
7	Adicción y entorno	Factores de riesgo en la drogadicción	"Toda esa música les llama la atención porque es lo que está de moda"	Cultura de consumo	La moda y la cultura de masas influyen en la adopción de comportamientos adictivos.
8	Entorno familiar	Relación entre dinámica familiar y consumo	"Mi padre era muy estricto conmigo"	Disciplina familiar	La severidad extrema o la permisividad pueden influir en la búsqueda de evasión mediante el consumo.
9	Drogas y aceptación	Consumo como vía de pertenencia social	"Para encajar en el grupo, empecé a consumir"	Presión de grupo	La necesidad de aceptación y validación social puede llevar a la experimentación con drogas.
10	Consecuencias del consumo	Impacto de las drogas en la salud y vida cotidiana	"Tengo cuatro años escuchando un sonido en mi cabeza"	Secuelas físicas y mentales	El consumo prolongado puede generar daños irreversibles en la salud mental y física.
11	Medios y narco cultura	Influencia de los medios en la percepción del narcotráfico	"Me gustaba ver series del Chapo Guzmán y Pablo Escobar"	Representaciones mediáticas del crimen	La glorificación de figuras del narcotráfico en los medios puede normalizar actividades ilícitas.

Fuente: Elaboración propia

6.2. Análisis argumentativo del Caso No. 2

El caso de Luis Fernando (abril 2023) proporciona una visión detallada sobre el impacto del entorno social, el consumo mediático y la estructura familiar en la construcción del discurso sobre el uso de drogas en los adolescentes. A continuación, se presenta un análisis basado en las categorías previamente establecidas:

Al hablar de la iniciación del consumo, menciona que su primer contacto con sustancias ocurrió en su adolescencia, motivado por la curiosidad y la influencia del grupo social: "Probé la droga porque mis amigos me decían que no pasaba nada". La falta de información y la exposición a un entorno permisivo aumentaron su predisposición al consumo, lo que es un patrón común entre los adolescentes que inician en sustancias ilícitas. En este contexto, la accesibilidad de las drogas en su comunidad también jugó un papel clave, ya que muchos jóvenes tienen fácil acceso a sustancias sin restricciones significativas.

Respecto a la influencia del grupo, en su testimonio se resalta como el medio social impacta en la experimentación con drogas: "Veía que mis amigos consumían y yo no quería quedarme atrás". Este fenómeno es característico de la adolescencia, donde la aceptación social influye en la toma de decisiones. En muchos casos, la presión del grupo se normaliza y se transforma en un incentivo para el consumo recurrente. Además, la falta de modelos de referencia positivos en su entorno refuerza la percepción de que consumir es una conducta aceptada y, en algunos casos, incluso esperada dentro de ciertos círculos sociales.

Para el tema de decisión personal y autonomía, a pesar de la influencia externa, él enfatiza que su consumo fue una decisión personal: "*Sabía que no era lo mejor, pero lo hice porque quería experimentar*". Este testimonio refleja cómo los jóvenes pueden percibir el consumo como una elección propia, a pesar de estar condicionado por su entorno. La construcción de la autonomía en estos casos es relativa, ya que las condiciones sociales influyen en la percepción de libre albedrío. Además, el deseo de independencia en la adolescencia suele llevar a la toma de decisiones impulsivas sin una evaluación completa de las consecuencias a largo plazo.

En cuanto al consumo mediático y la narco- cultura, se reconoce que el contenido mediático ha influido en su percepción de las drogas: "*Las series y canciones que escuchaba hacían ver todo eso como algo normal*". La glorificación del narcotráfico y la vida de excesos en la música y las redes sociales pueden reforzar la idea de que el consumo es parte de una identidad aspiracional. Esta exposición constante puede modificar la percepción del riesgo y fomentar actitudes permisivas hacia el consumo de drogas. En algunos casos, el contenido mediático no solo normaliza el consumo, sino que también promueve la idea de que el uso de drogas está asociado con el éxito y el poder.

Al desarrollar el aspecto de normalización del consumo en jóvenes, observa cómo el uso de drogas se ha convertido en una actividad común: "*Conozco a muchos que empezaron a fumar marihuana a los 12 o 13 años*". Empezar a temprana edad el consumo es un fenómeno preocupante, ya que cuanto antes se empiece a consumir, se incrementa el riesgo de desarrollar adicción a largo plazo. Esto señala la necesidad de implementar estrategias para prevenir desde la infancia. Además, el desconocimiento de

los efectos adversos del consumo en edades tempranas puede hacer que los adolescentes subestimen los riesgos asociados al uso prolongado de sustancias.

Sobre el impacto familiar y la falta de supervisión, describe que ello fue un factor clave en su consumo: "*Mis papás nunca se dieron cuenta, siempre pensaron que estaba bien*". La ausencia de supervisión y la nula comunicación en casa, pueden contribuir a la progresión del consumo sin que los padres lo detecten a tiempo. La falta de límites claros en el hogar es un elemento recurrente en los testimonios de adolescentes con problemas de consumo. Además, la poca educación sobre el tema dentro de la familia impide que los jóvenes reciban información adecuada para tomar decisiones más conscientes sobre su salud y bienestar.

A pesar de conocer los efectos negativos de su consumo, reconoce la dificultad de dejarlo: "*Sé que me hace daño, pero no es tan fácil dejarlo*". La negación es un mecanismo de defensa común en personas con problemas de adicción, lo que dificulta la búsqueda de ayuda y la aceptación del problema. El consumo de drogas no solo afecta la salud física, sino que también tiene implicaciones emocionales y sociales que refuerzan la dependencia. La necesidad de evadir problemas personales, el estrés y la ansiedad pueden contribuir a la permanencia en el consumo, incluso cuando el individuo es consciente de sus efectos adversos.

En este caso se muestra cómo diversas situaciones permiten el consumo de drogas en adolescentes, incluyendo la influencia mediática, la presión del grupo, así como la falta de supervisión parental y la normalización del consumo. Es fundamental desarrollar estrategias de prevención basadas en el fortalecimiento del núcleo familiar, la

educación sobre los riesgos del consumo y la creación de entornos saludables para los adolescentes. Además, se deben implementar políticas públicas que regulen la exposición de los jóvenes a contenido que promueva el narcotráfico y la cultura del consumo de sustancias ilícitas. La combinación de estos esfuerzos puede ayudar a reducir la incidencia del consumo en poblaciones vulnerables y fomentar una cultura de prevención y bienestar. La intervención temprana, el acceso a programas de apoyo y contar con espacios de recreación alternativos pueden jugar importante para lograr disminuir el consumo.

Tabla 11

Caso 2

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
1	Iniciación en el consumo	Primer contacto con sustancias	"Este empecé a consumir marihuana como a los 15 años"	Consumo en la adolescencia	La curiosidad y la presión de grupo suelen ser factores determinantes en el inicio del consumo.
2	Influencia del entorno	Impacto de las pandillas en el consumo	"Me juntaba con pandillas y veía que ellos también usaban inhalantes"	Contexto social y violencia	La pertenencia a grupos marginales favorece la normalización del consumo de drogas.
3	Drogas y percepción	Relación entre consumo y status	"Me sentía importante porque yo conseguía la marihuana"	Narco cultura y reconocimiento	El tráfico y consumo de drogas pueden asociarse con respeto y poder dentro del grupo.
4	Drogas y trabajo	Impacto del consumo en la vida laboral	"En vez de un buen trabajo, empecé a consumir más"	Desempleo y adicciones	El consumo sostenido de drogas interfiere en la estabilidad laboral y social.
5	Familia y consumo	Relación con padres y figura paterna	"Yo le di la espalda a mi familia"	Ruptura familiar y aislamiento	La drogadicción lleva al distanciamiento de la familia y pérdida de apoyo emocional.
6	Narco cultura y medios	Influencia de series y música en el consumo	"Me gustaba ver series del Chapo Guzmán y de Pablo Escobar"	Representación mediática del narcotráfico	Las producciones audiovisuales pueden fomentar aspiraciones vinculadas al crimen organizado.
7	Adicción y consecuencias	Deterioro por el consumo	"Tengo en mi mente un sonidito que escucho más"	Secuelas físicas y mentales	El consumo prolongado de drogas genera efectos

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
8	Experiencia en el narcotráfico	Participación en el comercio de drogas	fuerte a la hora de dormir" "Yo conseguía clientes para la venta de cristal"	Economía ilícita	irreversibles en la percepción y la salud. La falta de oportunidades laborales lleva a los jóvenes a involucrarse en la venta de drogas.
9	Conductas delictivas	Relación entre drogas y criminalidad	"He pensado en robar un banco"	Desensibilización ante el crimen	La exposición prolongada a la violencia y el consumo de drogas normaliza las actividades delictivas.
10	Consecuencias familiares	Impacto en la dinámica familiar	"Mis padres me perdieron la confianza"	Ruptura de la confianza y exclusión social	La adicción genera pérdida de confianza y aislamiento dentro del núcleo familiar.
11	Autojustificación del consumo	Percepción distorsionada de los riesgos	"Uno de joven no cree que le va a pasar nada"	Negación y minimización del daño	La falta de conciencia de los riesgos lleva a prolongar el consumo sin medir consecuencias.
12	Ciclo de recaídas	Dificultad para dejar el consumo	"He pasado por siete anexos"	Rehabilitación y recaídas	La adicción es un proceso cíclico donde las recaídas son comunes y dificultan la recuperación.
13	Impacto en la vida cotidiana	Alteración de hábitos y conducta	"Podía pasar días sin dormir"	Efectos fisiológicos y psicológicos	El consumo de drogas altera la percepción del tiempo y las funciones básicas del organismo.
14	Drogas y violencia	Relación entre el consumo y actos violentos	"Cuando estaba drogado, me peleaba en las esquinas"	Agresividad inducida por drogas	Algunas sustancias aumentan la impulsividad y predisponen a la violencia.
15	Redes de distribución	Contactos en la venta de drogas	"Conocía a varias personas que traficaban en mi barrio"	Accesibilidad y tráfico de drogas	La facilidad de acceso a sustancias favorece la continuidad en el consumo y la criminalidad.
16	Percepción de la legalidad	Normalización del consumo	"Yo pensaba que la marihuana no hacía daño porque es natural"	Creencias erróneas sobre drogas	La falta de información y la cultura popular minimizan los efectos nocivos de ciertas sustancias.
17	Rol de la familia en la prevención	Intentos de ayuda de los padres	"Mi mamá intentaba que dejara de consumir, pero yo no escuchaba"	Estrategias de prevención familiar	La intervención temprana de los padres puede ser clave en la reducción del consumo de drogas.

Fuente: Elaboración propia

6.3 Análisis argumentativo del caso No.3

El caso de Santos (abril 2023) proporciona una perspectiva detallada sobre las cuestiones familiares, sociales y mediáticos que pueden influir en el uso de drogas en adolescentes. Sobre la iniciación del consumo, menciona que su primer contacto con sustancias ocurrió en su adolescencia debido a la curiosidad y la influencia del entorno: "*Probé por curiosidad y porque quería saber cómo se sentía*". Este testimonio refleja la vulnerabilidad de los adolescentes ante las experiencias nuevas, especialmente cuando no hay una adecuada información sobre los riesgos. Además, la falta de actividades recreativas alternativas puede contribuir a la experimentación con drogas. La accesibilidad de sustancias en su entorno también jugó un papel clave, ya que la disponibilidad de drogas reduce las barreras para su consumo y fomenta la exploración en edades tempranas.

En cuanto a la influencia del consumo, en su relato destaca el papel del grupo social en su consumo de drogas: "*Veía que mis amigos lo hacían y pensé que era normal*". La búsqueda de aceptación y la necesidad de encajar dentro de un grupo social son factores determinantes en la iniciación del consumo. En este sentido, la percepción de que la mayoría de los jóvenes consumen sustancias puede reducir las barreras personales para probarlas, reforzando la idea de que se trata de un comportamiento común y aceptado. Además, la influencia de figuras de autoridad dentro del grupo (como amigos mayores o conocidos con más experiencia en el consumo) puede reforzar la idea de que el consumo es inofensivo o incluso positivo.

Respecto al detonador decisión personal y autonomía, a pesar de la presión social, Santos enfatiza que su consumo fue una decisión propia: "*Nadie me obligó, yo decidí hacerlo*". Esta afirmación sugiere un proceso de racionalización donde el individuo asume responsabilidad sobre su conducta, aunque esta haya sido influenciada por su entorno. En muchos casos, los adolescentes minimizan la influencia externa y creen que tienen control sobre su consumo, lo que dificulta la prevención y la intervención temprana. La percepción de autonomía en el uso de drogas a menudo está mediada por la creencia de que se puede detener en cualquier momento, lo que puede retrasar la búsqueda de ayuda.

Sobre el consumo mediático y la narco-cultura, en este caso se reconoce la influencia de los MMC en la percepción del consumo de drogas: "*Las canciones y películas hacen que todo parezca más fácil y divertido*". La presencia en los medios sobre el consumo de drogas puede distorsionar la realidad y hacer que parezca una práctica sin consecuencias graves. La glorificación del narcotráfico y los estilos de vida asociados con el consumo refuerzan estereotipos que pueden ser una causante del comportamiento de los jóvenes. La exposición constante a estos mensajes puede generar una reducción en la percepción del riesgo y la adopción de actitudes más permisivas hacia el consumo.

Al desarrollar el detonante de la normalización del consumo en jóvenes, él menciona que el consumo de drogas es algo frecuente entre sus conocidos: "*No era raro ver a alguien fumando o tomando algo en cualquier parte*". Esta normalización del consumo en el entorno cotidiano reduce la percepción del riesgo y hace que el acceso a sustancias sea más fácil. La aceptación social del consumo de drogas en ciertos círculos

refuerza su práctica y dificulta la implementación de estrategias de prevención efectivas. Cuando los adolescentes observan que sus pares consumen sin consecuencias inmediatas, se maximiza la idea de que el consumo es una práctica habitual y segura.

En cuanto al impacto familiar y la falta de supervisión, en este caso se describe la falta de supervisión en su hogar como un factor clave en su consumo: "*Mis padres nunca se metían en lo que hacía*". La ausencia de límites y la nula comunicación en la familia pueden contribuir a la inicio y posterior mantenimiento del consumo de drogas. En entornos donde la vigilancia parental es escasa, los adolescentes tienen mayor libertad para experimentar con sustancias sin temor a repercusiones inmediatas. Además, la falta de un modelo de referencia positivo dentro del hogar puede llevar a que los jóvenes busquen orientación en su grupo de pares, donde el consumo de drogas puede estar normalizado.

A pesar de ser consciente de los efectos negativos, él reconoce, al desarrollar el detonante adicción y negación, la dificultad para dejar el consumo: "*Sé que no es bueno, pero ya es parte de mi vida*". La dependencia emocional y psicológica es clave en la continuidad del consumo, incluso cuando la persona reconoce sus efectos perjudiciales. La negación es un mecanismo común que impide que los jóvenes busquen ayuda o acepten que tienen un problema de adicción. La falta de acceso a recursos de rehabilitación o la percepción de que la adicción no es grave pueden contribuir a la permanencia en el consumo.

En este caso en particular, se ilustra cómo diversos factores contribuyen al consumo de drogas en adolescentes, incluyendo la presión social, la influencia de los

medios, la falta de supervisión familiar y la normalización del consumo en su entorno. Para abordar este problema, se requiere desarrollar estrategias de prevención que refuercen la educación sobre los riesgos del consumo, promuevan la supervisión parental activa y reduzcan la exposición de los jóvenes a contenidos mediáticos que normalicen el consumo de sustancias. La intervención temprana y la disponibilidad de redes de apoyo son fundamentales para evitar la progresión del consumo y fomentar entornos saludables para el desarrollo juvenil. Asimismo, se recomienda el fortalecimiento de programas de orientación y prevención en entornos escolares y comunitarios para reducir la incidencia del consumo y proporcionar herramientas efectivas de afrontamiento para los jóvenes en riesgo.

Tabla 12

Caso 3

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
1	Normalización del consumo	Influencia del entorno en el consumo	"Donde vivía, todos consumían"	Contexto social y consumo de drogas	La exposición temprana a la drogadicción en comunidades vulnerables refuerza patrones de consumo y dificulta la percepción del riesgo.
2	Redes de apoyo y rehabilitación	Búsqueda de ayuda externa	"Entré a varios centros de rehabilitación"	Accesibilidad a programas de rehabilitación	El apoyo institucional es clave para la recuperación, pero la reincidencia es un desafío constante debido a la falta de seguimiento y apoyo integral.
3	Rol de la familia en la prevención	Intentos de ayuda de los padres	"Mi mamá intentaba que dejara de consumir, pero yo no escuchaba"	Estrategias de prevención familiar	La intervención temprana de los padres puede ser clave en la reducción del consumo de drogas, pero enfrenta barreras cuando el entorno social del joven refuerza el uso de sustancias.
4	Percepción de la legalidad	Normalización del consumo	"Yo pensaba que la marihuana no hacía daño porque es natural"	Creencias erróneas sobre drogas	La falta de información y la cultura popular minimizan los efectos nocivos de ciertas sustancias, lo que puede retrasar la búsqueda de ayuda y prevención.

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
5	Drogas y violencia	Relación entre el consumo y actos violentos	"Cuando estaba drogado, me peleaba en las esquinas"	Agresividad inducida por drogas	Algunas sustancias aumentan la impulsividad y predisponen a la violencia, generando conflictos tanto en el entorno familiar como social.
6	Impacto en la vida cotidiana	Alteración de hábitos y conducta	"Podía pasar días sin dormir"	Efectos fisiológicos y psicológicos	El consumo de drogas altera la percepción del tiempo y las funciones básicas del organismo, afectando el desempeño laboral y escolar. La adicción es un proceso cíclico donde las recaídas son comunes y dificultan la recuperación, especialmente sin una red de apoyo efectiva y estrategias de integración social.
7	Ciclo de recaídas	Dificultad para dejar el consumo	"He pasado por siete anexos"	Rehabilitación y recaídas	El consumo de drogas se asocia a la búsqueda de escape emocional y la falta de apoyo afectivo, reforzando la dependencia y dificultando la desintoxicación.
8	Factores emocionales	Relación entre emociones y consumo	"Consumía porque me sentía solo"	Soledad y depresión	La influencia de los pares en la adolescencia es determinante en la normalización del consumo de drogas y en la dificultad para abandonarlo.
9	Influencia de los amigos	Impacto del círculo social en el consumo	"Mis amigos también consumían y me invitaban"	Presión social y consumo	El estigma asociado al consumo y la rehabilitación puede dificultar la reintegración social, aumentando la probabilidad de recaída.
10	Estigmatización y reinserción	Dificultades tras la rehabilitación	"Salí del anexo, pero todos me miraban mal"	Rechazo social y recaídas	La drogadicción puede generar una pérdida de rumbo y dificultar la construcción de un proyecto de vida estable y satisfactorio.
11	Expectativas de vida	Visión del futuro tras el consumo	"No sé qué hacer con mi vida después de haber consumido tanto tiempo"	Desorientación y proyectos de vida	

Fuente: Elaboración propia

6.4 Análisis Argumentativo del caso No. 4

El caso de Jorge (abril 2023) proporciona una visión profunda sobre todos los factores que influyen en el consumo de drogas en adolescentes. En referencia a la iniciación del consumo, se menciona que su primer contacto con sustancias ocurrió en la

adolescencia debido a la influencia de su entorno: "*Vi a mis amigos hacerlo y me dio curiosidad*". La curiosidad, sumada a la disponibilidad de sustancias en su entorno, facilitó su experimentación con drogas. La ausencia de información adecuada sobre los efectos negativos del consumo refuerza la vulnerabilidad de los adolescentes, quienes a menudo no perciben el peligro real de la adicción. Además, en la adolescencia, los jóvenes suelen buscar nuevas experiencias dejando a un lado las consecuencias a largo plazo, lo que incrementa la probabilidad de iniciar el consumo de drogas.

En su relato enfatiza en el detonador influencia del grupo, el papel de su grupo social en su decisión de probar drogas: "*Todos lo hacían, no quería ser el único que no probara*". La presión de los amigos juega un papel importante en la iniciación del consumo, ya que la necesidad de encajar y ser aceptado puede llevar a los adolescentes a participar en comportamientos que de otro modo evitarían. La percepción de que el consumo es común en su círculo social reduce las barreras individuales de prevención. En algunos casos, los amigos actúan como facilitadores del acceso a sustancias, reduciendo la percepción del riesgo y promoviendo un entorno donde el consumo es aceptado y, en ocasiones, incluso celebrado.

Sobre la decisión personal y autonomía, aunque menciona que su consumo fue una elección propia: "*Nadie me obligó, lo hice porque quise*", su testimonio sugiere que su percepción de autonomía estuvo influenciada por su entorno. A menudo, los adolescentes creen que tienen control sobre su consumo, sin embargo, la exposición constante a un entorno permisivo debilita la capacidad de tomar decisiones informadas y conscientes. La adolescencia es el tiempo en que la identidad personal está en

construcción, y las decisiones pueden estar influenciadas por factores externos más de lo que los propios jóvenes creen.

En referencia al consumo mediático y la narco-cultura, Santos reconoce la importancia de los medios en su percepción del consumo de drogas: "*Las películas y la música te hacen creer que es algo normal*". La representación del consumo en la música, las series y las redes sociales puede contribuir a su normalización, haciendo que los jóvenes minimicen los riesgos asociados. El acceso sin restricciones a contenido que glorifica el narcotráfico y el uso de sustancias refuerza narrativas en las que el consumo se asocia con el éxito y la aceptación social. La repetición constante de estos mensajes en la cultura popular puede crear la ilusión de que el consumo de drogas es una vía para alcanzar poder, riqueza o reconocimiento social.

Al hablar sobre normalización del consumo en jóvenes, se observa que el uso de drogas es común en su comunidad: "*En mi barrio todos consumían, era lo más normal*". Cuando el uso y abuso de sustancias se convierte en una práctica habitual dentro del entorno, la percepción del riesgo disminuye. La normalización del consumo en el círculo social facilita la exposición a drogas a edades más tempranas, generando un contexto en el que la experimentación parece inevitable. La falta de referentes adultos que rechacen el consumo de sustancias también contribuye a que los jóvenes lo vean como parte natural de la vida cotidiana.

En cuanto al impacto familiar y la falta de supervisión, describe la falta de supervisión parental como un factor clave en su consumo: "Mis papás nunca se daban cuenta, yo hacía lo que quería". El no contar con límites claros y la nula comunicación

en el hogar pueden ser situaciones de riesgo en el consumo de drogas. Cuando los padres desconozcan la vida de sus hijos, los adolescentes pueden encontrar en su grupo de pares la única fuente de orientación, lo que aumenta la posibilidad

de que adopten comportamientos de riesgo. En muchos casos, la falta de supervisión no implica una falta de interés de los padres, sino que puede deberse a jornadas laborales largas, desconocimiento sobre el tema o dificultad para establecer normas claras en el hogar.

A pesar de conocer los efectos negativos, reconoce, al hablar sobre adicción y negación, la dificultad de dejar el consumo: "*Quería dejarlo, pero siempre encontraba una excusa para seguir*". La dependencia psicológica y emocional refuerza el consumo, incluso cuando la persona es consciente de sus efectos perjudiciales. La no aceptación es un mecanismo de defensa frecuente en personas con adicciones, lo que dificulta la toma de decisiones orientadas hacia la recuperación. Además, la falta de acceso a redes de apoyo o la estigmatización del consumo pueden hacer que el individuo prefiera seguir consumiendo en lugar de buscar ayuda.

Por ello, este caso evidencia cómo la influencia social, la exposición a contenido mediático, la falta de supervisión familiar y la normalización del consumo en su entorno contribuyen a la permanencia en el uso de drogas. Es fundamental implementar estrategias de prevención enfocadas en la educación sobre los riesgos del consumo, el fortalecimiento del núcleo familiar y la creación de espacios de recreación y apoyo para los adolescentes. La promoción de modelos de vida saludables y la reducción del acceso a contenido que glorifique el consumo de drogas pueden ser claves en la disminución de

la incidencia del consumo en jóvenes vulnerables. Además, es necesario el desarrollo de programas de intervención temprana para prevenir la consolidación de patrones adictivos y ofrecer alternativas de reintegración social. Se recomienda también la capacitación de padres y educadores en estrategias de comunicación efectiva para tratar el tema del uso de drogas con los adolescentes desde una visión de prevención y no punitiva.

Tabla 13

Caso No. 4

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
1	Primer contacto con drogas	Inicio del consumo y motivaciones	"Probé la droga por curiosidad y por ver cómo se sentía"	Experimentación y adolescencia	La curiosidad y la influencia del entorno pueden ser factores determinantes en el inicio del consumo.
2	Influencia del entorno	Impacto de la comunidad y los amigos	"Mis amigos ya consumían y me ofrecieron varias veces"	Presión social y aceptación	La necesidad de pertenecer a un grupo puede incentivar el consumo de drogas en jóvenes.
3	Impacto en la familia	Efectos del consumo en la relación familiar	"Mi mamá me decía que no me juntara con ellos, pero yo no hacía caso"	Ruptura de vínculos familiares	La falta de comunicación y el distanciamiento familiar pueden agravar el problema de consumo.
4	Normalización del consumo	Percepción de la droga como algo común	"En mi barrio, consumir era lo más normal"	Cultura de consumo	La exposición constante a las drogas en el entorno normaliza su uso y reduce la percepción del peligro.
5	Relación con la violencia	Drogas y conductas agresivas	"Después de consumir, me ponía agresivo y peleaba con cualquiera"	Drogas y comportamiento violento	Algunas sustancias pueden provocar mayor agresividad y conflictos interpersonales.
6	Consecuencias del consumo	Problemas físicos y mentales	"Mi cuerpo ya no respondía igual y me sentía mal si no consumía"	Adicción y deterioro de la salud	El consumo prolongado genera dependencia y afecta la salud física y mental.
7	Intentos de dejar la droga	Procesos de rehabilitación y recaídas	"Intenté dejarlo varias veces, pero siempre volvía"	Rehabilitación y recaídas	La falta de apoyo y estrategias efectivas dificultan el proceso de recuperación.
8	Influencia de los medios	Relación entre la música y el consumo	"Escuchaba canciones que hablaban de drogas y eso me motivaba"	Narco cultura y medios de comunicación	La música y los medios pueden influir en la percepción del consumo

Número de Párrafo	Detonador	Objeto Discursivo	Objetos y Predicados	Tópicos	Argumentos
9	Expectativas de futuro	Incertidumbre después del consumo	"No sé qué hacer con mi vida ahora que quiero dejarlo"	Dificultades de reinserción social	de drogas como algo deseable o aspiracional. El consumo prolongado puede generar desorientación y dificultad para construir un proyecto de vida estable.
10	Apoyo institucional	Acceso a programas de ayuda	"Me ofrecieron ayuda en un centro, pero no me sentí listo"	Falta de compromiso con la rehabilitación	La efectividad de los programas de ayuda depende de la voluntad y motivación del individuo.
11	Estrategias de evasión	Mecanismos psicológicos para justificar el consumo	"Siempre decía que podía dejarlo cuando quisiera"	Negación y autoengaño	Los consumidores suelen minimizar su problema y evitar enfrentar la realidad de su adicción.
12	Deterioro social	Pérdida de relaciones personales debido al consumo	"Mis amigos dejaron de hablarme cuando empecé a drogarme más seguido"	Aislamiento y exclusión social	La drogadicción puede llevar al abandono de círculos sociales y familiares debido a la conducta autodestructiva.
13	Acceso a drogas	Facilidad de conseguir sustancias ilícitas	"Era muy fácil conseguir droga, en cualquier esquina te la vendían"	Disponibilidad y mercado negro	La accesibilidad a las drogas facilita el consumo y hace más difícil la recuperación.
14	Percepción de la muerte	Relación entre consumo y riesgo de fallecimiento	"Veía a muchos de mis amigos morir, pero seguía consumiendo"	Pérdida de miedo y adicción	La exposición constante a la muerte en el entorno del consumidor puede generar indiferencia y mayor riesgo.
15	Impacto en la educación	Relación entre el consumo y el abandono escolar	"Dejé la escuela porque prefería drogarme"	Deserción escolar y consumo de drogas	El consumo de drogas afecta la continuidad educativa y limita oportunidades futuras.
16	Ciclo delictivo	Relación entre drogadicción y delitos menores	"Para conseguir droga empecé a robar en tiendas"	Delincuencia y drogas	La necesidad de financiar el consumo puede llevar a la comisión de delitos.
17	Problemas legales	Consecuencias judiciales del consumo	"Fui detenido varias veces por la policía"	Encarcelamiento y drogas	El consumo de drogas puede derivar en problemas legales y estigmatización social.

Fuente: Elaboración propia

6.5 Análisis Argumentativo General

El análisis cualitativo de los casos estudiados evidencia un patrón común en el consumo de drogas en adolescentes, influenciado por factores como el entorno social, la narco-cultura mediática, la falta de supervisión parental y la normalización del consumo.

Cada testimonio presenta particularidades, pero en conjunto reflejan cómo estas variables inciden en la iniciación y permanencia en el consumo.

6.5.1 Iniciación en el Consumo

Los cuatro casos coinciden en que el primer contacto con sustancias ocurrió en la adolescencia, motivado por la curiosidad y la influencia del entorno, al revisar los casos de Martín y Luis Fernando mencionan que comenzaron a los 15-16 años, mientras que Santos y Jorge relatan que la disponibilidad de drogas en su comunidad facilitó la experimentación.

"Empecé aproximadamente a los 16 años, primero fue por probar, pero luego lo hacía cada vez más" (Martín, 2023). "Probé la droga porque mis amigos me decían que no pasaba nada y que hasta me iba a sentir bien" (Luis Fernando, 2023). "Donde vivía, todos consumían, era lo más normal, si no lo hacías te veían raro". (Santos, 2023). "Vi a mis amigos hacerlo y me dio curiosidad, pensé que solo iba a ser una vez" (Jorge, 2023)

El fácil acceso y la poca información sobre consecuencias negativas aumentaron la vulnerabilidad de los adolescentes ante el consumo.

6.5.2. Influencia del Grupo y Normalización del Consumo

El consumo en los cuatro casos estuvo mediado por la presión social y la necesidad de pertenencia. Luis Fernando y Jorge destacan la influencia de amigos consumidores, mientras que Santos menciona que, en su entorno, el consumo era visto como algo común y aceptado.

"Todos lo hacían, no quería ser el único que no probara, sentía que, si decía que no, me iban a dejar fuera del grupo" (Jorge, 2023). "Veía que mis amigos consumían y yo no quería quedarme atrás, si ellos lo hacían y se veían bien, ¿por qué yo no?" " (Luis Fernando, 2023). "Si en la esquina te están vendiendo y tus amigos también lo hacen, te da curiosidad y lo pruebas, no ves otra opción" (Santos, 2023). "Mis amigos me decían que no pasaba nada, que todos lo hacían y que hasta los grandes lo hacían más" (Martín, 2023).

La falta de referentes positivos y la constante exposición a pares consumidores redujeron la percepción del riesgo en los adolescentes.

El análisis cualitativo de los casos de Martín, Luis Fernando, Santos y Jorge muestra cómo la influencia familiar, la presión social y la exposición a entornos permisivos contribuyeron a su consumo de sustancias y, en algunos casos, a su dependencia.

Uno de los principales hallazgos en el análisis del discurso es la falta de supervisión y comunicación familiar, lo que propicia la experimentación temprana con drogas. La ausencia de figuras de autoridad que establezcan límites claros incrementa la vulnerabilidad de los adolescentes ante el consumo.

"Mis padres nunca supieron que yo consumía, llegaba tarde y nadie me preguntaba nada. Me sentía solo y sin nadie que me guiara" (Martín, 2023). "En mi casa nunca hablábamos de drogas, yo hacía lo que quería sin que nadie me cuestionara. No había comunicación, cada quien estaba en su mundo" (Luis Fernando, 2023). "Mi papá también consumía, entonces nunca me dijo que no lo hiciera. Crecí viendo que eso era normal". (Santos, 2023). "Podía pasar días fuera de casa y mis papás no se daban cuenta. Nadie preguntaba qué hacía ni con quién me juntaba" (Jorge, 2023)

El entorno social inmediato es otro factor clave en la iniciación del consumo. Los testimonios analizados revelan que la presión del grupo y la necesidad de pertenencia impulsaron a los adolescentes a probar drogas.

"El consumo de droga lo empecé con compañeros mayores que yo, ellos ya lo hacían y me invitaban. No quería quedarme fuera del grupo" (Martín, 2023). "Veía que mis amigos consumían y no quería quedarme atrás. Todos lo hacían y parecía algo normal en mi entorno" (Luis Fernando, 2023). "Si en la esquina te están vendiendo y tus amigos lo hacen, te da curiosidad y lo pruebas. No lo piensas demasiado" (Santos, 2023). "Todos lo hacían, no quería ser el único que no probara. Sentía que, si decía que no, me iban a ver diferente" (Jorge, 2023).

6.5.3 Consumo Mediático y Narco cultura

Otro aspecto importante en el desarrollo de la adicción es la exposición a la narco-cultura en los MMC. Las series, películas y canciones que glorifican la vida del narcotráfico influyen en la percepción del consumo de drogas como algo atractivo y normalizado.

"Las series y canciones que veía hacían ver el consumo como algo normal. Hasta parecía que te hacían más fuerte" (Luis Fernando, 2023). "Las películas y la música te hacen creer que es algo común, que todos lo hacen y no pasa nada" (Jorge, 2023). "Escuchaba canciones donde hablaban de cocaína como si fuera algo de todos los días. En las redes sociales todo el tiempo veías referencias a drogas". (Santos, 2023) "Me gustaba ver series del Chapo Guzmán y Pablo Escobar. Pensaba que ser narco te daba respeto y dinero" (Martín, 2023).

El impacto de la música, las series y las películas que glorifican la narco cultura fue un elemento recurrente en todos los casos. Martín y Luis Fernando mencionan el

impacto de series sobre narcotráfico, mientras que Jorge y Santos señalan cómo la música relacionada con drogas refuerza ciertos patrones de comportamiento.

"Me gustaba ver series del Chapo Guzmán y Pablo Escobar, se veían fuertes y respetados, como si fueran los dueños de todo" (Martín, 2023). "Las series y canciones que escuchaba hacían ver todo eso como algo normal, como si fuera una vida de lujo" (Luis Fernando, 2023). "Escuchaba canciones que hablaban de drogas y eso me motivaba, decían que, si vendías, tenías dinero y respeto" (Jorge, 2023). "Las canciones y películas hacen que todo parezca más fácil y divertido, te hacen pensar que ser narco es ser poderoso" (Santos, 2023)

Este consumo mediático contribuye a la normalización del narcotráfico y del uso de drogas, presentándolo como una forma de vida atractiva y aspiracional.

Uno de los hallazgos más relevantes del análisis cualitativo es que muchos adolescentes consumían contenidos relacionados con la narco-cultura, lo que influía en su percepción de la violencia y las drogas como elementos comunes o incluso aspiracionales en la sociedad.

"Las series hacían que todo pareciera fácil, como si ser narco fuera lo mejor. Te enseñaban que, si querías dinero y respeto, tenías que vivir así" (Santos, 2023). "Veía videos de música donde hablaban de drogas y me daban ganas de probar. Todo parecía parte de una vida de lujos y diversión" (Luis Fernando, 2023). "Las películas de narcos te hacen pensar que es normal vivir rodeado de armas, drogas y dinero. Yo pensaba que eso era lo que todos querían" (Martín, 2023). "Escuchaba canciones que hablaban de drogas y eso me motivaba. Veía que los cantantes que decían eso tenían mucho dinero, y me hacía pensar que así debía ser" (Jorge, 2023).

Los testimonios evidencian cómo los medios contribuyen a la construcción de valores y modelos de referencia en los jóvenes. Sin un control adecuado por parte de los padres, los adolescentes pueden interpretar estos contenidos de manera acrítica y asumirlos como normativos.

Las series y películas que retratan la vida de narcotraficantes fueron mencionadas como influencias en la percepción del éxito y el poder vinculado a las drogas.

"Me gustaba ver series del Chapo Guzmán y Pablo Escobar. Pensaba que ser narco te daba respeto y dinero. Era la vida que mostraban en la tele y se veía bien" (Martín, 2023). "Veía que en las películas los narcos tenían coches de lujo y muchas mujeres. Eso me hacía pensar que era algo bueno, una forma de vida a la que muchos aspiraban" "
(Luis Fernando, 2023). "Las películas y la música te hacen creer que es algo normal. Yo veía videos de corridos tumbados donde hablaban de drogas como si fuera un juego, como si fuera algo de todos los días" (Jorge, 2023). "Las canciones y películas hacen que todo parezca más fácil y divertido, como si la vida de un narco fuera algo que cualquiera podría elegir y disfrutar" (Santos, 2023)

Estas afirmaciones refuerzan el argumento de que la representación mediática de la narco-cultura influye en la percepción de los jóvenes, minimizando los riesgos asociados al uso de drogas y presentándolo como un camino viable hacia el éxito.

El contenido mediático no solo presenta la narco-cultura como un estilo de vida aspiracional, sino que también refuerza la idea de que el consumo de drogas es algo cotidiano y aceptado.

"En las series siempre mostraban a alguien fumando marihuana como si no pasara nada. Era parte del personaje y de la historia, como si fuera algo normal" (Luis Fernando, 2023). "Las canciones decían que la vida de los narcos era pura fiesta y diversión. Eso me hacía pensar que, si consumía, me la iba a pasar bien y que era parte de crecer" (Jorge, 2023). "Escuchaba canciones donde hablaban de cocaína como si

fuera algo de todos los días. Me preguntaba si realmente era tan malo como decían en la escuela, porque en la música lo hacían ver bien" (Santos,2023).

Se evidencia cómo la repetida exposición a estos contenidos genera una percepción distorsionada de la realidad, reduciendo la barrera psicológica hacia el consumo de drogas y normalizándolo dentro de las experiencias de los adolescentes.

"Veía en las redes sociales que muchos de mi edad ya habían probado y pensé que tenía que hacerlo también. No quería ser el único que no sabía cómo se sentía" (Martín, 2023). "Me daba curiosidad saber si lo que decían en las canciones era cierto, así que un día decidí probar. No me pareció tan malo como decían" " (Luis Fernando, 2023). "La primera vez que probé fue porque en un video vi a alguien hacerlo y pensé que no pasaba nada. Después me di cuenta de que cada vez quería hacerlo más" (Jorge, 2023). "Lo veía tanto en videos que en un momento dejé de pensar que fuera peligroso. Me acostumbré a escuchar sobre drogas y no me parecía extraño consumir" (Santos, 2023)

Así como también reflejan que la exposición a contenido mediático actúa como un detonante para la curiosidad y la experimentación con sustancias, validando la relación entre los medios de comunicación y la exploración de conductas de riesgo.

6.5.3.1 Consumo mediático y narco cultura (extensión: apología del delito)

Corridos tumbados y narco-corridos como legitimadores del poder ilícito. Los entrevistados identifican la música de moda —especialmente corridos tumbados y narco-corridos— como una vía de socialización de la estética narco.

"Esa música influye en los chavitos... son canciones para los grandes capos... yo no he conocido a ningún chavo que no quiera tener dinero y ser poderoso como ellos." (Martín, 2023). "Después de la marihuana cambié por rock pesado o música callejera... me gustaba escuchar canciones de Jim Morrison porque hablaban de drogas más fuertes y me daban ganas de probarlas." (Luis Fernando, 2023).

Las letras funcionan como guiones identitarios que aplauden la violencia, el lujo obtenido por vías ilícitas y el consumo de sustancias, constituyendo un ejemplo claro de apología del delito.

Narco series y biopics como manuales aspiracionales. Series de streaming y biografías de ficción sobre capos se citan de manera recurrente como fuentes de fascinación:

“Además de las canciones, me gustaban las series del Chapo Guzmán y de Pablo Escobar... siempre despiertan interés para ser igual que ellos o al menos trabajar para ellos, sin importar perder la vida.” (Luis Fernando, 2023). “Me gustaban ver películas de acción donde había pandilleros... quería aprender cómo se drogaban y cómo respetaban a las pandillas en los barrios.” (Santos, 2023).

El simbolismo audiovisual refuerza la idea de pertenencia y éxito asociado al crimen organizado, validando conductas de alto riesgo (uso de armas, tráfico y consumo de drogas).

Loop algorítmico y ausencia de filtros parentales. La exposición constante a contenidos apologéticos se ve amplificada por algoritmos de recomendación y la débil vigilancia de adultos:

“Mis padres nunca supieron que yo consumía... los padres siempre somos los últimos en enterarnos.” (Martín, 2023). “Yo me sentía en una sociedad de drogadictos... porque en todas partes la música y la tele hablaban de lo mismo.” (Luis Fernando, 2023).

La falta de mediación crítica familiar y escolar permite que la narrativa narco se consolide como un marco de referencia legítimo para los adolescentes.

La evidencia empírica confirma que la apología del delito en música y series: Normaliza la violencia y el consumo de drogas al representarlos como atributos de estatus. Funciona como capital simbólico en contextos de vulnerabilidad, donde los jóvenes buscan reconocimiento y pertenencia. Profundiza la aceptación del narco-estilo (narcostyle) y potencia la transición de la curiosidad al consumo de sustancias, cumpliendo un rol de “puente simbólico” entre la exposición mediática y la conducta adictiva.

6.5.4 Falta de Supervisión Familiar y Factores de Riesgo

En cada caso se evidenció una ausencia de supervisión parental, lo que facilitó la permanencia en el consumo sin intervención temprana. Los adolescentes mencionan que sus padres desconocían su situación o no tenían control sobre sus actividades.

"Mis padres nunca supieron que yo consumía, yo llegaba tarde y ni me preguntaban nada" (Martín, 2023). "Mis papás nunca se dieron cuenta, siempre pensaron que estaba bien, pero no sabían lo que hacía en la calle" (Luis Fernando, 2023). "Mis padres nunca se metían en lo que hacía, yo podía estar días fuera y no preguntaban" (Santos, 2023). "Mis papás nunca se daban cuenta, yo hacía lo que quería, mientras estuviera en casa, todo estaba bien para ellos" (Jorge, 2023).

Esta falta de límites y comunicación refuerza la autonomía en el consumo y disminuye las posibilidades de prevención.

En el análisis del discurso de los adolescentes entrevistados, se encontró que en la mayoría de los casos los padres no estaban al tanto del contenido que consumían sus hijos:

"Mis padres nunca supieron que veía series de narcos hasta que ya estaba metido en el problema. Yo veía esas series en la noche y ellos nunca se enteraban" (Martín, 2023). "Nunca me preguntaron qué veía en el celular, yo ponía lo que quería y nadie decía nada. Mi mamá solo decía que no me desvelara mucho" (Luis Fernando, 2023). "Podía estar horas viendo videos de cosas fuertes y mis papás ni cuenta se daban. Yo estaba en mi cuarto y ellos en la tele, no había comunicación" (Jorge, 2023). "Mi papá pensaba que solo veía videos de música, pero en realidad veía un montón de cosas que ni él imaginaba. Nunca me preguntó" (Santos, 2023).

Estos testimonios reflejan una desconexión entre la supervisión parental y el contenido mediático accesible para los adolescentes, lo que puede facilitar la exposición a modelos de conducta poco saludables.

A pesar de la importancia del contenido mediático en la vida de los adolescentes, muchos padres tienen una percepción superficial o errónea de su impacto. Algunos entrevistados mencionaron que, cuando sus padres sabían qué tipo de contenido consumían, lo consideraban inofensivo o no le daban importancia.

"Mi mamá decía que era solo una serie, que no pasaba nada. Nunca se preocupó de que me gustara tanto" (Martín, 2023). "Le enseñé a mi papá una canción de reggaetón con letras fuertes y solo se rio. Me dijo que era música de moda". Jorge, 2023). "Una vez mi mamá escuchó un video de narcos que estaba viendo y solo me dijo que bajara el volumen. Nunca me preguntó por qué me gustaba eso" (Luis Fernando, 2023). "Mis papás pensaban que todo lo que veía era entretenimiento, nunca creyeron que eso me pudiera afectar" (Santos, 2023)

La falta de alfabetización mediática en los padres impide que comprendan los riesgos de ciertos contenidos y dificulta implementar proyectos de supervisión y control efectivo.

6.5.5 Desarrollo de Adicción y Deterioro de la Salud

Todos los casos muestran cómo el consumo progresivo derivó en dependencia y deterioro físico y mental. Santos y Jorge destacan la dificultad para dejar el consumo, mientras que Luis Fernando y Martín mencionan efectos irreversibles en su salud.

"Tengo en mi mente un sonidito que escucho más fuerte a la hora de dormir, siento que ya no me voy a curar" (Luis Fernando, 2023). "Tengo cuatro años escuchando un sonido en mi cabeza, me quedé con secuelas por lo que consumí". (Martín, 2023). "Mi cuerpo ya no respondía igual y me sentía mal si no consumía, ya no podía estar sin

eso". (Jorge, 2023). *"Podía pasar días sin dormir, la droga me hacía sentir con energía, pero luego venía el bajón y era peor"* (Santos, 2023).

6.5.6 Impacto en la Vida Cotidiana y Social

La adicción llevó a los adolescentes al aislamiento, ruptura de relaciones familiares y en algunos casos, al involucramiento en actividades delictivas.

"Yo conseguía clientes para la venta de cristal, así sacaba dinero para seguir consumiendo". (Luis Fernando, 2023). *"Para conseguir droga empecé a robar en tiendas, ya no me importaba nada más".* (Jorge, 2023). *"Salí del anexo, pero todos me miraban mal, dicen que no confían en mí porque saben que fui adicto"* (Santos, 2023).

El análisis cualitativo de los casos evidencia que el uso de drogas en adolescentes es una situación compleja influenciada por factores de tipo social, familiar y mediático. Se requiere una intervención integral para analizar las causas y consecuencias del consumo, con estrategias de prevención que incluyan educación mediática, intervención familiar y acceso a programas de rehabilitación, se requiere de un trabajo interdisciplinario y que involucre desde el gobierno hasta la sociedad.

El consumo de drogas, influenciado en parte por la exposición mediática, resultó tener un impacto importante en la vida de los entrevistados durante su adolescencia. *"Tengo cuatro años escuchando un sonido en mi cabeza. Me quedé con secuelas por lo que consumí. No sabía que podía ser tan difícil dejarlo"* (Martín, 2023). *"me metí en problemas por vender droga para poder comprar más. Terminé en situaciones que nunca imaginé solo por seguir lo que veía en la tele"* (Jorge, 2023). *"para conseguir droga empecé a robar en tiendas. Al principio pensaba que no tenía nada de malo porque en las películas los narcos lo hacían y nadie los juzgaba"* (Luis Fernando, 2023).

"podía pasar días sin dormir. Me sentía bien en el momento, pero luego me venía el bajón y era peor. La música y las series nunca te muestran esa parte" (Santos, 2023)

CAPÍTULO 7
CONCLUSIONES

CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES

7.1. Consumo Mediático en Adolescentes: Un Enfoque desde “la Sociedad de la Información” y los “Usos y Gratificaciones”

El consumo mediático en adolescentes ha evolucionado significativamente con el auge de las tecnologías digitales, cambiando los hábitos de información y entretenimiento; se involucran con una amplia gama de medios, desde redes sociales y videojuegos hasta audio digital y noticias, cada uno impactando sus vidas de manera diferente. Este consumo es un fenómeno influenciado por diversos factores, entre ellos las preferencias personales, los entornos sociales y la accesibilidad tecnológica. Los efectos del consumo de medios en los adolescentes son tanto positivos como negativos, afectando su rendimiento académico, salud cognitiva y comportamientos sociales.

Es importante especificar el contexto socio-histórico de los sujetos de estudio, a medida que los adolescentes hacen la transición desde la infancia, sus preferencias mediáticas cambian, reflejando cambios en sus entornos sociales y necesidades de desarrollo. Este cambio, para esta generación de sujetos de estudio) se caracteriza por una reducción en el uso de medios orientados a la familia, como la televisión, y un aumento en los medios orientados a pares, como la música y los medios de video. Esta transición no solo es un reflejo de las dinámicas sociales cambiantes sino también del panorama mediático en evolución que ofrece diversos contenidos y plataformas.

Este fenómeno puede analizarse desde dos enfoques teóricos clave: la “Teoría de la Sociedad de la Información” (Castells, 1997) y la “Teoría de Usos y Gratificaciones” (Aguirre, 2021).

La primera explica cómo la interconectividad y digitalización han transformado el acceso a la información y la cultura global que enfatiza el impacto transformador de las tecnologías de comunicación en las estructuras sociales. Castells postula que el cambio de la era industrial a la era de la información ha redefinido las dinámicas de poder, particularmente en cómo se difunde y consume la información.

Prueba de ello, es lo expuesto por Gallego Gómez, C., Tapia López, A., & Márquez García, J. A. (2024), quienes señalan que expectativas de desempeño, esfuerzo, influencia social y las condiciones facilitadoras las que permiten que las generaciones recientes utilicen las redes sociales con el propósito de obtener información.

Otro ejemplo más, se puede observar en lo encontrado por Cañas (2024) quien señala que las tecnologías de la información y comunicación están disponibles a través de diversos medios, pero el más común por su portabilidad son los dispositivos móviles y que en la actualidad forman parte de la vida actual.

Respecto a la “Teoría de Usos y Gratificaciones”, si hacemos un análisis sobre las condiciones actuales, investigaciones actuales señalan que las gratificaciones cognitivas se refieren a las necesidades intelectuales o informativas que las personas buscan satisfacer a través del consumo de medios.

Los adolescentes suelen utilizar los medios de comunicación para adquirir conocimientos, aprender nuevas habilidades o mantenerse informados sobre los acontecimientos actuales. Por ejemplo, un estudio sobre el consumo de noticias descubrió que los participantes más jóvenes tenían más probabilidades de buscar más información después de consumir noticias, lo que indica un deseo de gratificación cognitiva (Anderson, 2024). Este comportamiento coincide con el de la TUG, ya que los adolescentes buscan activamente medios que satisfagan su necesidad de conocimiento y comprensión.

Además, la pandemia de la COVID-19 puso sobre la mesa la importancia de las gratificaciones cognitivas en el uso de los medios de comunicación. Una revisión sistemática de la literatura sobre el uso de los medios durante la pandemia reveló que las personas, incluidos los adolescentes, dependían de los medios para buscar información y adquirir conocimientos (Liestia, 2023). Esto subraya el papel de la UGT a la hora de explicar cómo los adolescentes utilizan los medios para satisfacer sus necesidades cognitivas en tiempos de incertidumbre.

La “Teoría de los Usos y las Gratificaciones” proporciona un marco valioso para comprender el consumo de medios entre los adolescentes. Al examinar las gratificaciones

cognitivas, afectivas, sociales, personales, integradoras y de escape que impulsan el uso de los medios, los investigadores pueden obtener información sobre la naturaleza compleja y multifacética del consumo de medios por parte de los adolescentes.

Dado que los MMC siguen realizando un papel cada vez más destacado en la vida de los adolescentes, la aplicación de la TUG seguirá siendo una herramienta fundamental para comprender y abordar los desafíos y las oportunidades asociados con el uso de los medios en este grupo demográfico.

En las razones detrás del consumo mediático, se revelan las gratificaciones obtenidas por los usuarios. Los hallazgos en los documentos analizados indican que los adolescentes consumen medios principalmente por tres razones:

- Entretenimiento y evasión de la realidad.
- Búsqueda de identidad y referencia social.
- Acceso a información y conocimiento sobre su entorno.

7.1.1 La Sociedad de la Información y el Consumo Mediático Adolescente

Castells (1997) describe la Sociedad de la Información como una etapa caracterizada por la globalización de la comunicación y el desarrollo de redes digitales, lo que ha generado nuevas formas de consumo mediático en adolescentes.

Al hablar sobre las preferencias del consumo mediático de quienes en estos momentos están en edades entre los 12 a los 17 años, los resultados del análisis indican que prefieren medios audiovisuales digitales como *TikTok*, YouTube y plataformas de streaming porque permiten una interacción inmediata y ofrecen contenido basado en algoritmos personalizados.

Un ejemplo de ello, es lo expuesto por Palomino-Flores, P., Chang, T. C., & Grifeu-Castells, A. (2024), quienes a través de su estudio encuentran que el compromiso entre los creadores de contenido y sus espectadores no solo enfatiza la producción y difusión del material, sino que también cultiva una comunidad digital, que a final de cuentas es cautiva de determinada temática.

Asimismo, al aplicar esta situación en los casos de estudio, se identificó que los participantes en su adolescencia consumieron con frecuencia series y películas que incluyen temas de narcotráfico, violencia y consumo de drogas, lo que influye en la percepción del riesgo de estas conductas.

Solo es cuestión de revisar las actuales programaciones tanto en sistemas de entretenimiento abiertos como los de paga o streaming para corroborar que este tipo de contenidos siguen teniendo una amplia exposición a la audiencia.

Un problema clave identificado es la falta de supervisión y regulación en el acceso a contenidos mediáticos. La legislación mexicana solo regula la programación infantil, dejando expuestos a los adolescentes a material potencialmente riesgoso.

El análisis discursivo muestra que los contenidos mediáticos que exaltan la figura del narcotraficante —series, corridos tumbados y videoclips— legitiman el crimen como vía de ascenso social entre los adolescentes entrevistados. Esta apología del delito se manifiesta en la glorificación de atributos como el poder económico, la masculinidad violenta y el desafío a la ley, reforzando la percepción de que la ilegalidad es un proyecto de vida viable y aspiracional.

Aunque en esta investigación se revisó las leyes relacionadas con ello y se revisó la manera en que se clasifican los contenidos, la realidad es que el papel de las autoridades llega hasta la clasificación de contenidos en medios abiertos como la radio y la televisión, por lo que es necesario trabajar en una regulación a los medios digitales e incluso, ampliar las facultades necesarias a fin de proteger el consumo mediático de los niños y adolescentes.

7.1.2 “Teoría de Usos y Gratificaciones” en el Consumo Mediático Adolescente

Katz, Blumler y Gurevitch (citado por Aguirre, 2021) postulan que los usuarios de medios buscan satisfacer diferentes necesidades a través del contenido consumido. En el caso de los adolescentes, estos usos y gratificaciones pueden clasificarse en:

Necesidades de Información y Conocimiento. Los medios digitales han sustituido a la televisión como principal fuente de información para los adolescentes. YouTube y TikTok son utilizados no solo para entretenimiento, sino como herramientas educativas y de referencia cultural.

Gratificaciones de Entretenimiento y Evasión. Se encontró que los adolescentes recurren a los medios para escapar de la realidad y relajarse. Muchas de sus preferencias están influenciadas por las tendencias en redes sociales y los contenidos virales.

Construcción de Identidad y Pertenencia. Los medios también influyen en la forma en como los adolescentes crean su percepción del mundo e identidad. En el análisis del discurso se identificó que los jóvenes consumen contenido relacionado con narco-cultura porque les brinda modelos de comportamiento y estilos de vida aspiracionales.

Riesgos y Desafíos del Consumo Mediático. Entre los principales riesgos identificados en el análisis del discurso se encuentran:

- Falta de supervisión parental: La mayoría de los padres desconocen los contenidos que consumen sus hijos, lo que aumenta la exposición a materiales no adecuados.
- Normalización de conductas de riesgo: Series y películas exponen con frecuencia el uso de drogas y la violencia como parte del entretenimiento, lo que puede modificar la percepción del riesgo entre los adolescentes.

- Impacto en la salud mental: Se ha observado una relación entre el uso excesivo de redes sociales y problemas de ansiedad y depresión en los adolescentes.

El análisis del consumo mediático en adolescentes desde la “Teoría de la Sociedad de la Información” y la “Teoría de Usos y Gratificaciones” permite entender la compleja relación entre los MMC y la construcción de identidad juvenil. Los hallazgos sugieren que el consumo mediático está altamente influenciado por la personalización del contenido digital y la falta de regulación parental.

Para mitigar los riesgos asociados al consumo de medios, se recomienda implementar programas de alfabetización mediática y fomentar el uso crítico de la información en adolescentes, asegurando así que el consumo mediático sea una herramienta de formación y no un factor de riesgo.

7.2. Impacto del Entorno Familiar en el Consumo Mediático y la Construcción de la Identidad en Jóvenes

El entorno familiar desempeña un papel clave en la construcción de la identidad social y personal de los adolescentes, influyendo en su percepción del mundo y en su relación con los MMC. En este análisis, se explora el conocimiento de los padres respecto a los contenidos mediáticos consumidos por sus hijos y su influencia en la formación de la identidad juvenil, tomando como base la “Teoría de la Sociedad de la Información” (Castells, 1997) y los hallazgos de Morales (2017) sobre “la brecha generacional en el uso de las nuevas tecnologías”.

Los resultados analizados sugieren que muchos padres desconocen los contenidos mediáticos que sus hijos consumen y, en los casos en los que sí tienen conocimiento, su nivel de supervisión es limitado.

Castells (1997) plantea que “la Sociedad de la Información ha transformado la manera en que las personas interactúan con la tecnología y los medios de comunicación”, esta digitalización y globalización han facilitado el acceso a contenido mediático sin

restricciones, lo que ha generado una brecha entre los adolescentes y sus padres en términos de conocimiento y control sobre el contenido consumido.

Según Morales (2017), “uno de los principales problemas en el entorno familiar actual es la falta de supervisión sobre los contenidos mediáticos que consumen los adolescentes”. Esta falta de supervisión no se debe únicamente a la desatención de los padres, sino a la dificultad que tienen para comprender y manejar las tecnologías recientes.

Un ejemplo de ello, podemos encontrarlo en lo expuesto por García *et al* (2025) donde los resultados de la investigación indicaron que “el 82% de los adolescentes utilizan dispositivos tecnológicos sin la supervisión de un adulto, mientras que el 67% muestra una preferencia por plataformas como *TikTok*”. Las consecuencias perjudiciales identificadas incluyen la adicción, la disminución de la autoestima, los trastornos del sueño y los problemas de salud mental, como la ansiedad y la depresión. Ahí señala que si bien “las redes sociales ofrecen oportunidades para mejorar las competencias comunicativas, su uso excesivo genera ramificaciones negativas para el bienestar físico, mental y social, y su influencia beneficiosa en el rendimiento académico sigue siendo limitada”, por ello, subraya la importancia de las intervenciones educativas y la orientación de los padres para aliviar los riesgos asociados, al tiempo que acentúa la importancia de las iniciativas de políticas públicas y los programas educativos que abogan por una participación responsable en estas plataformas.

A pesar de la importancia del contenido mediático en la vida de los adolescentes, muchos padres tienen una percepción superficial o errónea de su impacto. Algunos entrevistados mencionaron que, cuando sus padres sabían qué tipo de contenido consumían, lo consideraban inofensivo o no le daban importancia.

La falta de alfabetización mediática en los padres impide que comprendan los riesgos de ciertos contenidos y dificulta implementar proyectos de supervisión y control efectivo.

El desconocimiento de los padres sobre el contenido que consumen sus hijos puede tener varias repercusiones en el desarrollo de la identidad de los adolescentes, entre ellas:

- Mayor exposición a contenido violento y de riesgo.
- Desarrollo de actitudes permisivas hacia el consumo de drogas.
- Reforzamiento de modelos de masculinidad hegemónica y violencia.

Morales (2017) destaca que la exposición a contenido sin regulación parental puede fomentar conductas de riesgo en adolescentes, tales como el uso de sustancias ilícitas y la normalización de la violencia como parte de la vida diaria.

El análisis del impacto del entorno familiar en el consumo mediático de los adolescentes revela que la falta de supervisión de los padres de familia y el desconocimiento de los padres sobre las nuevas tecnologías han facilitado que se tenga acceso a contenidos que pueden influir en la construcción de la identidad de manera negativa en los adolescentes.

Para mitigar estos efectos, se recomienda:

1. Fomentar la alfabetización mediática en padres y educadores.
2. Implementar estrategias de supervisión y control parental sobre el contenido consumido por los adolescentes.
3. Promover el uso crítico de los MMC en la educación formal.

El estudio confirma que el entorno familiar juega un papel importante en la regulación del consumo mediático y en la construcción de la identidad de los jóvenes. Es imperativo fortalecer la comunicación entre padres e hijos para prevenir la exposición descontrolada a contenidos que puedan influir en sus decisiones y comportamientos futuros.

7.3 Construcción de la Identidad Personal y Social a través del Consumo Mediático

El consumo de los MMC influye en la manera en que los adolescentes construyen su identidad personal y social. De acuerdo con la “Teoría de Usos y Gratificaciones”, los

jóvenes seleccionan contenido mediático con base en sus necesidades emocionales, sociales y cognitivas (Aguirre, 2021).

Esto concuerda con lo expuesto por Elías – Zambrano *it al* (2025) quien señala que la llegada de los medios digitales ha precipitado transformaciones en las interacciones y relaciones sociales, que abarcan dilemas sin resolver, como la dependencia o la posible adicción a Internet. Una contribución importante de este artículo es el establecimiento de elementos fundamentales del compromiso con las tecnologías de la información, resumidos en dos dimensiones conceptuales agregadas: la identidad propia y la identidad social, y las redes sociales sirven de medio para la expresión, la exploración y la experimentación de ambos constructos. La red surge como un dominio para el desarrollo de la identidad a través de plataformas que proporcionan un entorno óptimo para que los consumidores nativos digitales exploren sus identidades y articulen su autopresentación.

7.4. Relación del Consumo Mediático con el Consumo de Drogas y Narcostyle

El consumo mediático en adolescentes juega un papel fundamental en la construcción de su identidad y en la percepción de conductas de riesgo, incluyendo el consumo de drogas y la narco-cultura, Ramírez (2001) señala que los medios de comunicación cumplen una doble función: por un lado, proporcionan entretenimiento y, por otro, contribuyen a la normalización de ciertas conductas. Paralelamente, la “Teoría de Usos y Gratificaciones” establece que los adolescentes utilizan los MMC para saciar necesidades emocionales, cognitivas y sociales, lo que influye en su interpretación de los contenidos expuestos.

Acorde con UNICEF (2021), la adolescencia es un periodo de formación de identidad y exploración, lo que hace que los jóvenes sean más susceptibles a la influencia de su entorno, incluidos los medios de comunicación. Este análisis se basa en testimonios de los casos de Martín, Luis Fernando, Santos y Jorge, quienes relataron cómo el consumo de contenidos mediáticos influyó sus percepciones y comportamientos respecto a las drogas.

Uno de los principales hallazgos en el análisis del discurso es que los adolescentes consumían medios que glorificaban la narco-cultura y el consumo de sustancias. Series, música y redes sociales fueron identificadas como principales fuentes de exposición a estos contenidos.

La adolescencia es una etapa de exploración, en la que los jóvenes buscan nuevas experiencias para definir su identidad, por ello, UNICEF (2021) destaca que durante este periodo existe una fuerte necesidad de autoevaluación y experimentación, lo que los hace más propensos a probar sustancias influidos por los modelos que ven en los medios.

Esto puede comprobarse en lo expuesto por Larik, A. H., & Ramzan (2024) quienes señalan que existe una correlación notable entre el consumo de medios y el uso de sustancias entre la población estudiantil, lo que sugiere que la participación en material relacionado con las drogas en redes sociales aumenta la probabilidad de uso indebido de sustancias, lo que subraya una tendencia preocupante en las conductas relacionadas con los narcóticos entre los adolescentes.

En ese mismo sentido, Bleakley, A., & Ellithorpe (2022) señalan que los medios masivos de comunicación pueden influir en la percepción pública, reforzando los estereotipos que vinculan las drogas con la delincuencia.

Existe un vacío entre la tipificación penal de la apología del delito (art. 208, Código Penal Federal) y los mecanismos de clasificación de contenidos del IFT y plataformas digitales. Este desfase impide que el Estado actúe de forma oportuna para limitar la circulación de producciones que ensalzan la violencia y el tráfico de drogas.

7.5 Causas que Generan la Adicción a las Drogas en Adolescentes: Influencia del Entorno Familiar y Social

El uso de drogas en adolescentes es un fenómeno influenciado por múltiples factores, entre los que destacan el entorno familiar y social. La “*Teoría del Aprendizaje Social*” de Bandura (1986) proporciona un marco teórico clave para comprender cómo los adolescentes adoptan y refuerzan conductas observadas en su entorno, también plantea

que la observación e imitación de modelos sociales pueden conducir a la repetición de comportamientos, los cuales, con el tiempo, pueden volverse patrones de conducta.

Bandura (1986) sostiene que los adolescentes aprenden conductas a partir de la observación de modelos cercanos. En este sentido, la exposición a familiares consumidores normaliza el uso de sustancias, reforzando la idea de que el consumo es una conducta aceptable.

Prueba de ello, son investigaciones recientes realizadas por Reyes *et al* (2024) y Wang & Martins (2024) donde señalan que los factores familiares, como los antecedentes de adicción entre los miembros de la familia, niveles socioeconómicos adversos, ambiente social y las habilidades ineficaces para resolver *problemas*, combinados con atributos personales como la baja estabilidad emocional y el control cognitivo, contribuyen significativamente a la drogadicción de los adolescentes, particularmente en entornos urbanos de alto riesgo.

La necesidad de aceptación dentro de un grupo puede llevar a la adopción de comportamientos de riesgo. La “Teoría del Aprendizaje Social” explica que la conducta de un individuo es moldeada por la observación y la interacción con su entorno, lo que justifica la influencia del grupo de pares en la toma de decisiones de los adolescentes.

Bandura (1986) destaca que los medios pueden actuar como agentes de socialización que refuerzan patrones de conducta a través de la repetición y la exposición continua.

Los padres y docentes carecen de herramientas para identificar mensajes apologéticos y dialogar críticamente con los adolescentes sobre su impacto. Ello debilita la función protectora de la familia y la escuela, reforzando la influencia de los pares y los algoritmos de recomendación.

7.6 Propuestas y recomendaciones

El análisis evidencia que la exposición a contenido mediático relacionado con la narco-cultura influye en la percepción de los jóvenes sobre las drogas, normalizando su consumo y presentándolo como un estilo de vida aspiracional. Esta relación se ve

reforzada por la etapa de exploración propia de la adolescencia, en la que ellos buscan experiencias que les ayuden a definir su identidad.

El impacto de los MMC en la percepción y uso de drogas en adolescentes es un fenómeno que requiere un enfoque multidisciplinario para su comprensión y prevención.

El análisis de este estudio revela que la adicción a las drogas en adolescentes es un fenómeno multifactorial en el que intervienen la influencia familiar, el grupo de pares y la normalización del consumo en los medios.

Para mitigar estos efectos, se recomienda:

1. Fortalecer la alfabetización mediática en adolescentes para que puedan analizar críticamente los contenidos que consumen.
2. Implementar regulaciones en los medios que limiten la glorificación del narcotráfico y el uso de drogas en producciones dirigidas a adolescentes.
3. Fomentar la comunicación entre padres e hijos sobre los riesgos del consumo mediático y su relación con conductas de riesgo.
4. Desarrollar campañas de prevención en redes sociales y plataformas digitales, dirigidas a jóvenes, que ofrezcan alternativas de entretenimiento saludable.
5. Fortalecer la supervisión parental mediante programas de educación para padres sobre prevención del consumo de drogas.
6. Reducir la influencia del grupo de pares promoviendo espacios seguros y actividades alternativas para adolescentes.
7. Regular la glorificación del narcotráfico en los medios para disminuir su impacto en la percepción juvenil.
8. Implementar programas de rehabilitación accesibles, que integren apoyo psicológico y social.

Este estudio confirma que la prevención debe abordar tanto los factores individuales como los del entorno, garantizando una intervención temprana para reducir la incidencia del consumo de drogas en adolescentes.

Tabla No. 14

Propuestas de intervención

Eje	Acción	Actor responsable	Indicador de éxito
Política pública	Incluir un criterio específico sobre apología del delito en las guías de clasificación de contenidos del IFT e imponer sanciones a proveedores OTT que distribuyan material que glorifique actividades ilícitas sin advertencia o restricción de edad.	Instituto Federal de Telecomunicaciones; Secretaría de Gobernación	Guía actualizada publicada; número de plataformas que adoptan rating reforzado
Educación y prevención	Diseñar módulos de Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) que incluyan el análisis crítico de narco series y corridos tumbados, para ser impartidos en secundarias y bachilleratos.	SEP; Organizaciones de la sociedad civil especializadas en educación mediática	% de escuelas piloto que implementan AMI; mejora en pre/ post-test de competencias críticas
Familia y comunidad	Crear círculos de diálogo guiados para padres sobre apología del delito y consumo de drogas, con manuales prácticos y herramientas digitales de seguimiento.	DIF; Centros de salud comunitaria	Número de familias participantes; aumento de reportes de vigilancia parental activa
Plataformas digitales	Desarrollar algoritmos de advertencia y filtros parentales que detecten letras o guiones apologéticos y permitan bloquear o etiquetar el contenido.	Empresas de streaming y redes sociales	Implementación de alertas contextuales; métricas de uso de controles parentales
Investigación continua	Establecer un observatorio universitario de narrativas mediáticas y delito, que monitoree tendencias, produzca reportes	Universidad Autónoma de Nuevo León; SECIHTI	Reportes bianuales publicados; citas académicas

semestrales y ofrezca data
abierta para
investigadores.

Fuente: Elaboración Propia

Referencias

- Abdul, G. A., Peluha, A. T., Galván, A. V., Méndez, J. M., y JIMÉNEZ, H. (2008). Relación entre hábitos de salud, consumo de internet y rendimiento académico en adolescentes de un colegio de la ciudad de Bogotá. *Psicogente*, 11(19), 9-23. RELACIÓN ENTRE HÁBITOS DE SALUD, CONSUMO DE INTERNET Y RENDIMIENTO ACADÉMICO EN ADOLESCENTES DE UN COLEGIO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ (redalyc.org)
- Aguirre, A. F., & Moretti, M. (2020). Sociedad de la información y transformación digital. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/108656/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aguirre, C, Anaya, P, et al, (2021) Usos y gratificaciones de TikTok entre jóvenes universitarios del estado de Veracruz, México. *Anuario de Investigación CONEICC*, Vol. I, No. XXVIII (2021), 118-129. Recuperado de: Vista de Usos y Gratificaciones de TikTok, entre Jóvenes Universitarios del Estado de Veracruz, México (coneicc.org.mx)
- Alastuey, E. B. (1996). La sociedad de la información. Tecnología, cultura, sociedad. *Reis*, 99-121. https://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_076_07.pdf
- Alfonso Sánchez, I. R. (2016). La Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad del Aprendizaje. Referentes en torno a su formación. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 12(2), 235-243. <file:///C:/Users/lilib/Downloads/Dialnet-LaSociedadDeLaInformacionSociedadDelConocimientoYS-5766698.pdf>
- Amat, A. F., Piquer, M. P., Fabrés, G. A., y Farné, A. (2022). La alfabetización mediática e informacional en la educación formal: un reto necesario I. In *La alfabetización mediática e informacional en las facultades de Comunicación en España* (pp. 13-36). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Alessandra-Farne/publication/361931921_La_alfabetizacion_mediatica_e_informacional_e_n_la_educacion_formal_un_reto_necesario/links/62cd76fcb261d22751e9c5a7/La-alfabetizacion-mediatica-e-informacional-en-la-educacion-formal-un-reto-necesario.pdf
- Anderson, K. J. (2024). What audiences do with news: a broader definition of news consumption. *Media International Australia*, 1329878X241270608.
- Baldión Fierro, L. A., Parra Junca, J. S., y Valero Murcia, C. (2022). Análisis de Recepción Sobre la Narco Serie" Pablo Escobar: el Patrón del Mal" y su Influencia en las Nuevas Generaciones (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).

- Ballesta, J., Gómez, J., Guardiola, P., Lozano, J., y Serrano, F. (2003). El consumo de medios en los jóvenes de secundaria. *Educatio*, (20-21), 247. Recuperado de: 147-Texto del artículo-668-1-10-20070328.pdf
- Bandrés-Goldáraz, E. (2022). La naturalización del machismo en adolescentes a través de las series de ficción. *Correspondencias y análisis*, (15), 33-53. Recuperado de: <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/393/660>
- Bandura, A. (1986) *Social Foundations of Thought and Action: A Social-Comparison Theory*. Englewood Cliffs: NJ: Prentice Hall
- Barbosa, R. (2021) *La Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura*. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/353391164_La_Teoria_del_Aprendizaje_Social_de_Albert_Bandura
- Beltrán Galarza, M. E. (2021). Usos y gratificaciones obtenidos por los estudiantes de la Universidad del Azuay al utilizar plataformas de música por streaming: Spotify (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay). <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11149/5/16687.pdf>
- Benavides, A. V. V., & Galarza, F. Y. P. (2011). USO DE OTRAS FORMAS DE COMUNICACIÓN. CONSUMO DE MEDIOS EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. ANÁLISIS DE INTERNET Y TELÉFONO MÓVIL- CASO UTPL. *Razón y palabra*, (77).
- Bercedo Sanz, A., Redondo Figuero, C., Pelayo Alonso, R., Gómez Del Río, Z., Hernández Herrero, M., y Cadenas González, N. (2005). Consumo de los medios de comunicación en la adolescencia. *Anales de Pediatría*, 63(6), 516–525. [https://doi.org/10.1016/S1695-4033\(05\)70252-6](https://doi.org/10.1016/S1695-4033(05)70252-6)
- Bleakley, A., y Ellithorpe, M. (2022). Media and Alcohol, Tobacco, and Drugs. In *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents, and Media* (pp. 268-276). Routledge.
- Boeree, C. G. (2006). Albert Bandura: 1925-present. *Personality Theories*. <https://skat.ihmc.us/rid=1J7QTKGY9-27XLTS2-DP3P/Albert%20Bandura.pdf>
- Botto, M. N. (2018). Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis. *Question/Cuestión*, 1(60), e094-e094. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4851/4007>
- Burch, S. (2005). Sociedad de la información/Sociedad del conocimiento. *Palabras en juego*, 45(5). <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsiberprome/socinfocon.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2021, May 21). Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR.pdf>

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2023, May 26). LEY GENERAL DE LOS DERECHOS DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2025, Mayo 15) Código Penal Federal. [CPF.doc](#)
- Cañas Moreno, C. M. (2024). El uso del celular y la dinámica familiar: vivencias de padres e hijos adolescentes en un contexto salvadoreño (Doctoral dissertation).
- Cañibano Rodríguez, L. (2023). La influencia de los medios de comunicación en el comportamiento de consumo de los jóvenes y en el desarrollo de su identidad.
- Casarin, M. (2018). En torno a las ideas de Manuel Castells: discusiones en la era de la información. Centro de Estudios Avanzados. <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/6454/Castells.pdf>
- Casillas, T. (2025, Mayo 13). Caso Alegres del Barranco: declara Alcalde de Tequila. Sección Nacional. Edición impresa. Editorial El Sol. México 2025.
- Castells, M. (1997). La era de la información. Sociedad, Economía y Cultura. Vol.1. La sociedad red. Madrid: Alianza
- Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. La factoría, 14(15), 1-13.
- Castells, M. (2010). La sociedad red: una visión global. *Enl@ ce: revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, 7(1), 139-141. <file:///C:/Users/lilib/Downloads/Dialnet-LaSociedadRed-3194476.pdf>
- Castells, M. (2014). El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. 19 ensayos fundamentales sobre cómo Internet está cambiando nuestras vidas. Cambio.[En línea]. Disponible en: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>. Fecha de consulta, 19. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>
- Cedeño, N. (2012). La Investigación Mixta, Estrategia Adrológica Fundamental para Fortalecer las Capacidades Intelectuales Superiores. *Revista RES NON VERBA*. Agosto 2012. <http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion2/LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20MIXTA%20ESTRATEGIA%20ANDRAG%C3%93GICA%20FUNDAMENTAL.pdf>
- Chavarriga Hoyos, L., Rengifo Rodriguez, M. Y., y Rodríguez Gómez, A. F. (2022). Proyecto PUAS: Prevención del uso y abuso de sustancias. Prevención del consumo de drogas ilícitas en adolescentes escolarizados entre 12 a 17 años en el departamento del Quindío. Recuperado de:

<https://repository.ces.edu.co/bitstream/handle/10946/6055/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- CONADIC. (n.d.). Conceptos básicos sobre adicciones. Libro Digital, Capítulo 1. Retrieved September 24, 2022, from http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/nueva_vida/prevad_cap1.pdf
- Crovi, D. (2005). La sociedad de la información: una mirada desde la comunicación. *Revista Ciencia*, 56, 23-37. https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/56_4/la_sociedad.pdf
- Cruz-Juárez, A., Montero, F., Salas, B., y Ortiz, C. (2016, December). Redes sociales y su influencia en el consumo de drogas en estudiantes de preparatoria en Xalapa, Veracruz: Un estudio cualitativo. *Revista Inesvtigaciones Sociales*, 14–22. https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol2num6/Revista_Investigaciones_Sociales_V2_N6_2.pdf
- Cuervo Sánchez, S. L., Martínez de Morentín, J. I., y Medrano Samaniego, M. C. (2022). Una intervención para mejorar la competencia mediática e informacional. *Educación XX1: revista de la Facultad de Educación*. Recuperado de: <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/222885/Intervencion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuesta-Cambra, U., Niño-González, J.-I., y de-Marchis, G. (2021). Uses and gratifications of multiscreen news consumption among Spanish youth. *Communication & Society*, 34(2), 15-29. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.15-29> <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/38820>
- Delgado, P. (2019). La Teoría del Aprendizaje Social ¿Qué es y cómo surgió? Instituto para el Futuro de la Educación. Tecnológico de Monterrey. México. Recuperado de: <https://observatorio.tec.mx/edu-news/teoria-del-aprendizaje-social>
- Díaz-Criado, E. S. (2004). Manuel Castells: la era de la información individualismo y comunalismo en el origen de la violencia del siglo XXI. *Cuadernos de estrategia*, (124), 147-172.
- Díaz, R. C., Rivas, F. V., y Hernández, N. V. (2022). Consumo de alcohol, tabaco y marihuana en adolescentes de secundaria de la zona rural. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 834-848. Recuperado de: <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1798/2557>
- Domínguez González, M.D. (2004). La construcción de la identidad en la juventud: Sociedad, cultura y género. En III Jornadas Pedagógicas de la Persona. Identidad personal y educación Sevilla: Universidad de Sevilla, Servicio de publicaciones: Universidad de Sevilla, Departamento de Teoría e Historia de la Educación y Pedagogía Social.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/50879/M%20Dolores%20Dominguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Donstrup, M. (2022). Sexo, drogas y series de adolescentes: análisis de las actitudes sociales de los adolescentes en las series televisivas. *Index Comunicación*, 121, 261–284. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/01Sexodr>
- El Economista. (2022, March 15). El consumo de drogas en adolescentes en México aumentó un 15% durante la pandemia. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/El-consumo-de-drogas-en-adolescentes-en-Mexico-aumento-un-15-durante-la-pandemia--20220315-0047.html>
- Elías-Zambrano, R., Martín-García, A., y Fernández-Osso Fuentes, M. (2025). Consecuencias del uso de las redes sociales en consumidores nativos. Revisión de elementos de interacción a través de la publicidad digital y la educomunicación como respuesta: Consequences of the use of social networks in native consumers. Review of elements of interaction through digital advertising and educommunication as a solution. *Cuadernos Del Audiovisual | CAA*, (13). <https://doi.org/10.62269/cavcaa.44>
- ENUDITH, (2022). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>
- ENUDITH,(2023). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH_22.pdf
- Espada, J. Pereira, J, it all (2008) Influencia de los modelos sociales en el consumo de alcohol de los adolescentes. *Psicothema* 2008. Vol. 20, nº 4, pp. 531-537. España. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/727/72720404.pdf>
- Espinel Rubio, G, HERNANDEZ SUAREZ, C y Prada Nuñez, R. (2021). Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. *Encuentros*. <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/1260>
- Flores-Domínguez, A. (2005). Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 13(25).
- Flores-Ruiz, I. (2014). Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de los usos y gratificaciones. Estudio de caso en la Universidad Rey Juan Carlos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 137–153.
- Flores-Ruiz, I. y Humanes-Humanes, M. L. (2014). Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de los usos y gratificaciones. Estudio de caso en la Universidad Rey Juan Carlos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5(1), 137-155. Disponible en <http://mediterranea->

comunicacion.org/ file:///C:/Users/lilib/Downloads/Dialnet-HabitosYConsumosTelevisivosDeLaGeneracionDigitalDe-4740428%20(2).pdf

- Franquet, R. (1999). Comunicar en la sociedad de la información. ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 4(7). Recuperado de: 17396-433-63884-1-10-20161125.pdf
- Gabino Ruiz, E. I. (2023). Intervención preventiva infantil en los alumnos de quinto año de primaria para evitar o retrasar el consumo de drogas. Intervención preventiva infantil en los alumnos de quinto año de primaria para evitar o retrasar el consumo de drogas (uv.mx)
- Gallardo Ortega, E. G., Saltos Gallardo , D. A., y Gallardo Ortega, R. E. (2022). Hábitos y medios de consumo televisivo por streaming en adolescentes de bachillerato. Revista Publicando, 9(33), 26-47. <https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2287>
- Gallego Gómez, C., Tapia López, A., y Márquez García, J. A. (2024). Factores que determinan el uso de las redes sociales como plataformas de información en la Generación Z.
- García, Á. (2022). GENERACIÓN Z Y SU REPRESENTACIÓN EN LAS SERIES EUPHORIA Y ÉLITE [Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54841/TFG-N.%201862.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, I. M. R., Alvarado, E. E. B., y Castrillo, C. J. H. (2025). Impacto de las redes sociales en los estudiantes de sexto grado de la Escuela Naciones Unidas de Granada, Nicaragua. Revista Latinoamericana de Calidad Educativa, 2(1), 195-205.
- García, J., y Montero, F. (2021). Redes sociales y contenido mediático en Internet, respecto del consumo de alcohol y marihuana de los adolescentes. Teseopress.Com. <https://www.teseopress.com/tecnologiasdelainformacionycomunicacion/chapter/capitulo-iv-redes-sociales-y-contenido-mediatico-en/>
- Garzón, 2015. Consumo desmedido de la moda, en adolescentes de la ciudad de Bogotá. Colombia. Recuperado de: GarzonArdilaAnaMaria2015.pdf (javeriana.edu.co)
- Gil-Fernández, R., y Calderón-Garrido, D. (2021). Implicaciones de la Teoría de Usos y Gratificaciones en las prácticas mediadas por redes sociales en el ámbito educativo. Una revisión sistemática de la literatura Una revisión sistemática de la literatura. Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna, 39(2), 63-74. file:///C:/Users/lilib/Downloads/396316-Text%20de%20l'article-576733-1-10-20220128.pdf
- González, H. J. S. (2008). El ser humano, modelo de un ser. Educere, 12(42), 471-480. <https://www.redalyc.org/pdf/356/35614569007.pdf>

- González, J. G. (2021). Redes sociales y contenido mediático en Internet, respecto del consumo de alcohol y marihuana de los adolescentes. <https://www.teseopress.com/tecnologiasdelainformacionycomunicacion/chapter/capitulo-iv-redes-sociales-y-contenido-mediatico-en/>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-hill.
- Hernández, R., Fernández, C. et al (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Herrero-Curiel, E., y La-Rosa, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación, 30(73), 95-106. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=73&articulo=73-2022-08>
- Hopenhayn, M. (2003). Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana. CEPAL. Recuperado de: Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana (cepal.org)
- Huaman Poma, C. D., y Romero Anccasi, M. S. (2022). Consumo informativo mediático y estabilidad emocional en tiempos de pandemia por covid-19 en adolescentes del 3^a grado del Colegio Nacional de Ciencias y Artes la Victoria de Ayacucho, Huancavelica 2021. Recuperado de: <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/4445/TESIS-ENFERMER%c3%8dA-2022-HUAMAN%20POMA%20Y%20ROMERO%20ANCCASI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ibáñez Vela, M. E. (2021). PERCEPCIÓN, EXPERIENCIAS Y NECESIDADES DE LOS ADOLESCENTES EN MATERIA DE SALUD. https://crea.ujaen.es/bitstream/10953.1/14082/1/TFM.IBAEZ.VELA_EUGENI A.pdf
- Ibáñez, J. M. G. (2022). Reflexiones sobre el efecto de elementos ideológicos presentes en los medios de comunicación que afectan las relaciones familiares. Apuntes de Bioética, 5(1), 111-129. Recuperado de: <https://revistas.usat.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/716/1369>
- Ibáñez, J. M. G. (2022). Reflexiones sobre el efecto de elementos ideológicos presentes en los medios de comunicación que afectan las relaciones familiares. Apuntes de Bioética, 5(1), 111-129. Recuperado de: <https://revistas.usat.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/716/1369>
- Igarza, R. (2008). Nuevos medios. Estrategias de convergencia. Argentina: La Crujía, pp. 11-32.
- INEGI. (2022). ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA LUCHA CONTRA EL USO INDEBIDO Y EL TRÁFICO DE DROGAS

- Manzueta, A. M. N. (2022). Teoría del aprendizaje desde las perspectivas de Albert Bandura y Burrhus Frederic Skinner: vinculación con aprendizaje organizacional de Peter Senge. UCE Ciencia. Revista de postgrado, 10(3). file:///C:/Users/lilib/Downloads/295-1097-1-PB.pdf
- Martínez – Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3):613-619
- Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. In II Congreso Internacional Comunicación (Vol. 3). https://www.researchgate.net/profile/Ana-Serrano-Telleria/publication/260592820_DEL_DISENO_GRAFICO_Y_AUDIOVISUAL_AL_DISENO_DE_INTERACCION_UN_ESTUDIO SOBRE LOS_NODOS_INICIALES_EN_CIBERMEDIOS/links/02e7e531a5dbbd0d88000000/D EL-DISENO-GRAFICO-Y-AUDIOVISUAL-AL-DISENO-DE-INTERACCION-UN-ESTUDIO-SOBRE-LOS-NODOS-INICIALES-EN-CIBERMEDIOS.pdf#page=462
- Martínez, R. (2007). Drogas, adolescentes y medios de comunicación. Dialnet.Unirioja.Es. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2648886.pdf>
- Mayordomo, S., Zlobina, A., Igartua, J. J., y Páez, D. (2003). Persuasión y cambio de actitudes. *Psicología social, cultura y educación*, 341-363.
- McQuail, D. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- Mejías, A. M. V. (2020). Recepción de series sobre narcotráfico en México. Catedral Tomada. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, 8(15), 280-304. file:///C:/Users/lilib/Downloads/admin,+Vasquez-Mej%C3%ADas-REV.pdf
- Méndez (s/f). Orígenes. Teoría de Usos y Gratificaciones. Universidad de Puebla. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo3.pdf
- MINTIC (2021) La Sociedad de la Información. Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Colombia. Recuperado de: <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/S/5305:Sociedad-de-la-Informacion#:~:text=La%20sociedad%20de%20la%20informaci%C3%B3n,en%20que%20todos%20puedan%20crear>
- Moctezuma Pérez, Sergio. (2017). Una aproximación a las sociedades rurales de México desde el concepto de aprendizaje vicario. *LiminaR*, 15(2), 169-178. <https://doi.org/10.2536/liminar.v15i2.538>
- Mohedo, M. T. D., y Búñez, A. V. (2011). Los jóvenes como consumidores en la era digital. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 14(2), 127-134. Dialnet-LosJovenesComoConsumidoresEnLaEraDigital-4619874 (1).pdf
- Montero, Y. (2006). Televisión, valores y adolescencia (1st ed., Vol. 1). Gedisa.

- Mora Oquendo, B., Padilla Martínez, N., y Cuesta Aguilar, S. (2021). Factores asociados al consumo de drogas en los adolescentes. Recuperado de: <http://179.50.60.21:8080/handle/ucatolicaamigo/1206>
- Morales, A. M. (2017). Rodríguez San Julián, E., Megías Quirós, I. y Menéndez Hevia, T.(2012). Consumo televisivo, series e Internet. Un estudio sobre la población adolescente de Madrid. Madrid: FAD. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, (50), 229-230. FAD
- Navarro, M. y Vázquez, T. (2020). El consumo audiovisual de la Generación Z. El predominio del vídeo online sobre la televisión tradicional. *Ambitos*, 51, 10-30. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.02>
- Noriega Garcia, F. M. (2022). Consumo de sustancias psicotrópicas y su incidencia en la salud mental de un paciente de 17 años de edad del Centro de Rehabilitación Centenaves de la ciudad de Babahoyo (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2022). Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12076/E-UTB-FCJSE-PSCLIN-000612.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Núñez, G. L., Tejada Yépez, S. L., & Zambrano Santana, J. L. (2022). El uso del computador, las redes sociales y las nuevas tecnologías en los adolescentes y jóvenes: un análisis desde su perspectiva. *Universidad Y Sociedad*, 14(S3), 465-475. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2976>
- Ojeda-Martínez, R. I., Becerill Tello, M. N., & Vargas, L. A. (2018). La importancia del aprendizaje social y su papel en la evolución de la cultura. *Revista argentina de antropología biológica*, 20(2), 1-13. <https://www.redalyc.org/journal/3822/382255488007/382255488007.pdf>
- ONU MEXICO (2021). Presentan la Red AMI México, para impulsar la Alfabetización Mediática. <https://mexico.un.org/es/155181-presentan-la-red-ami-m%C3%A9xico-para-impulsar-la-alfabetizaci%C3%B3n-medi%C3%A1tica>
- Palomares-Sánchez, P., Hidalgo-Marí, T., y Segarra-Saavedra, J. (2022). El consumo de alcohol, tabaco y drogas en los jóvenes: un estudio sobre las teen series españolas recientes (2015-2021). *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 1(8), 231. Recuperado de: <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/83424/227-1103-1-PB%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Palomares, P., Hidalgo - Marí, T., y Segarra - Saavedra, J. (2022). El consumo de alcohol, tabaco y drogas en los jóvenes: un estudio sobre las teen series españolas recientes (2015-2021). *Dígitos, Revista de Comunicación Digital*, 231–250. <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/227/130>
- Palomino-Flores, P., Chang, T. C., y Grifeu-Castells, A. (2024). Más allá de la pantalla: aproximación a la relación streamer-audiencia y su influencia en las

- preferencias de consumo en el streaming. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E65), 245-258.
- Pantoja Peñuela, J. F., y Chitiva Trujillo, J. O. (2023). Los medios de comunicación en Colombia, como propagadores de la conducta criminal.
- Parra, I. O. (2015). Resumen “Aprendizaje y Comunicación Social en Niños de 3 a 5 años” Desde la teoría de Albert Bandura. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 2(3).
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/atotonilco/n3/m2.html>
- Patricio, E. C., y Cerino, G. C. (2022). Reclutamiento de niñas, niños y adolescentes como instrumento delictivo del narcotráfico en la frontera sur de México. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, (37), 28-28. Recuperado de:
<https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/464/537>
- Peñaloza, B. V., y Fontao, F. S. (2012). Niños y Adolescentes insertos en la Sociedad de la Información. In X Simposio Argentino de Informática y Derecho (SID 2012)(XLI JAIIO, La Plata, 27 al 31 de agosto de 2012). Recuperado de:
[11_SID_2012.pdf \(sadio.org.ar\)](http://www.sadio.org.ar/11_SID_2012.pdf)
- Pereiro, C. (2006). Salud y consumo de drogas. *Monografía Patología Orgánica En Adicciones*, 18. <https://pladrogues.terrassa.cat/wp-content/uploads/2017/08/patolog%C3%ADa-org%C3%A1nica.pdf#page=5>
- Pérez Llana, D. (2022). El consumo de dispositivos tecnológicos de la generación " Z". Recuperado de:
<http://redi.ufasta.edu.ar:8082/jspui/bitstream/123456789/608/1/ALMIR%c3%93N.pdf>
- Pichardo-Pimentel, N. G. (2022). Factores de riesgo y protección en la adolescencia en relación a las drogas. *Con-Ciencia Boletín Científico de La Escuela Preparatoria No. 3, Universidad Autónoma Del Estado de Hidalgo*, 9(18), 62–65. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa3/article/view/9470>
- Pineda, A. (2001). El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control del pensamiento. *Ambitos*, 6, 191-210.
<https://www.redalyc.org/pdf/168/16800612.pdf>
- Pla, M. (1999). El rigor en la investigación cualitativa. *Atención Primaria*. Vol. 24. Núm. 5.
- Ramírez, C. A. (2001). Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación. *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (84), 819-846.
- Reyes, M. Q., Bautista, F. J., Miranda, N. S., Oleas, D., Mascialino, G., y Rodas, J. A. (2024) Family and Personal Factors Predisposing Adolescents to Addiction in High-Risk Urban Areas (Doctoral dissertation, School of Psychology, University College Dublin, Dublin, Ireland).

- Reyna, A. C. H. C. G., Anette, D. G., Andrade, M., Roa, D. G., Estrada, D. G., Erika, D. R. A. S. M., ... y Mendoza, C. S. G. Aprendizaje social de Albert Bandura: Marco teórico. <https://campus.autismodiario.com/wp-content/uploads/2017/07/Vicario2.pdf>
- Rivadeneira Campoverde, A. G. (2016). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales: análisis de la situación en estudiantes del colegio de bachillerato “Macas”, de la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago, año 2016.
- Rodríguez-Rey, R., y Cantero-García, M. (2020). Albert Bandura. Padres y Maestros/Journal of Parents and Teachers, (384), 72-76.
file:///C:/Users/lilib/Downloads/ana_martin,+PYM_384_11.pdf
- Rojas Litardo, L. A. (2022). REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS JÓVENES DEL CANTÓN QUEVEDO DEL SECTOR LOS CHAPULOS AÑO 2022 (Bachelor's thesis, Quevedo).
- Romero Mamani, N. (2022). Conductas de riesgo en adolescentes estudiantes de nivel secundario. Recuperado de:
http://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/1598/1/Articulo_No_4.pdf
- Romo-González, T., y Larralde, C. (2013). ¿Cuáles y qué tan graves son los daños a la salud individual y a la sociedad causados por el consumo de drogas lícitas e ilícitas? *Psychologia*, 7(1), 67–80. <https://doi.org/10.21500/19002386.1195>
- Rosales, M. A. (2015). Teoría de usos y gratificaciones de los mass media-TUG. 608 *Investigación y Análisis del Lenguaje de los Medios*, 3.
<https://creaciondementes.files.wordpress.com/2014/08/docto-2-analisis-medios-2014.pdf>
- Rosales, R. A. (2022). Efectos adversos asociados al consumo de drogas y otros comportamientos de riesgo en la población adolescente (Doctoral dissertation, Universitat d'Alacant-Universidad de Alicante). Recuperado de:
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/123738#vpreview>
- Rosero, G. (2018). CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS EN ADOLESCENTES DE LOS CONSULTORIOS DEL POSGRADO DE MEDICINA FAMILIAR Y COMUNITARIA. CENTRO DE SALUD 25 DE ENERO. AÑO 2018 [UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL]. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/12169/1/T-UCSG-POS-EGM-MFC-64.pdf>
- Salas, F. G. (2018). Caracterización de factores implicados en las conductas de riesgo en adolescentes. *Revista ABRA*, 38(56), 1-16.
- Salgado, A. (2007). INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: DISEÑOS, EVALUACIÓN DEL RIGOR METODOLÓGICO Y RETOS. Universidad de San Martín de Porres. LIBERABIT, Lima Perú.

- Segovia Palma, O. M. (2022). Consumo de drogas y su relación con embarazos en adolescentes de 13–18 años. Barrio Rafael Correa, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, 2022 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022).
- SOLOMON, M. 2002. O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo, sendo. 5. ed. Ed. Bookman, Porto Alegre (Brasil).
- Tornero, J. M. P. (1996). ¿Qué es consumir medios de comunicación?: claves para su comprensión. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (7), 15-18. [10.3916_C07-1996-04.pdf](https://doi.org/10.3916_C07-1996-04)
- Torres, Q., y Carolina, S. (2022). Factores de riesgo individuales del consumo de drogas relacionado con la salud mental en adolescentes de 15 a 24 años de la comunidad de San Rafael, provincia de Santa Elena, 2022 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022). Recuperado de: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8010/1/UPSE-TEN-2022-0106.pdf>
- UNDOC. (2022, June 27). El Informe Mundial sobre las Drogas 2022 de UNODC destaca las tendencias del cannabis posterior a su legalización, el impacto ambiental de las drogas ilícitas y el consumo de drogas entre mujeres y personas jóvenes. <https://www.unodc.org/mexicoandcentralamerica/es/webstories/el-informe-mundial-sobre-las-drogas-2022-de-unodc-destaca-las-tendencias-del-cannabis-posterior-a-su-legalizacin--el-impacto-ambiental-de-las-drogas-ilcitas-y-el-consumo-de-drogas-entre-mujeres-y-personas-jvenesok.html>
- UNESCO, (2021). La Alfabetización mediática e informacional. <https://es.unesco.org/themes/alfabetizacion-mediatica-e-informacional>
- UNESCO. (2022, April). Acerca de la Alfabetización Mediática e Informacional. [Https://Www.Unesco.Org/Es/Communication-Information/Media-Information-Literacy/About](https://Www.Unesco.Org/Es/Communication-Information/Media-Information-Literacy/About).
- UNESCO. (2022, April). Acerca de la Alfabetización Mediática e Informacional. [Https://Www.Unesco.Org/Es/Communication-Information/Media-Information-Literacy/About](https://Www.Unesco.Org/Es/Communication-Information/Media-Information-Literacy/About).
- UNICEF, (2021). Características. ¿Qué cambios y conductas son esperadas en la adolescencia? Uruguay. <https://www.unicef.org/uruguay/documents/adolescentes-caracteristicas>
- UNICEF. (2020). ¿Qué es la adolescencia? | UNICEF. <https://www.unicef.org/uruguay/que-es-la-adolescencia>
- Valbuena De La Fuente, F. (1997). Teoría sobre usos y gratificaciones. Madrid, Noesis. <https://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi33.pdf>

- Vega, A. G., y de la Fuente Prieto, J. (2022). La creación de contenidos de ficción juveniles en redes sociales: interacción entre comunidades de fans y plataformas de TV. *Icono14*, 20(1), 5. Recuperado de: <file:///C:/Users/6QW53LA/Downloads/Dialnet-LaCreacionDeContenidosDeFiccionJuvenilesEnRedesSoc-8217299.pdf>
- Verdú, R. M. (2007). Drogas, adolescentes y medios de comunicación. In *Comunicación e xuventude: Actas do Foro Internacional* (pp. 51-70). Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
- Vila, M. P. (2022). Soledad, género e investigación social en la era digital. *Perifèria. Revista d'investigació i formació en Antropologia*, 27(1), 25-47. Recuperado de: <https://revistes.uab.cat/periferia/article/view/v27-n1-pibernat>
- Wang, Z., y Martins, S. (2024). ¿Cómo afectan los factores socioeconómicos el desarrollo de los trastornos por consumo de drogas en la adolescencia? *Revista de Investigación Estudiantil*. <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v13i1.6316>
- Yubero, S. (2005). Capítulo XXIV: Socialización y aprendizaje social. *Psicología social, cultura y educación*, coord. por Darío Páez Rovira, Itziar Fernández Sedano, Silvia Ubillos Landa, Elena Zubieta, 819-844. <https://www.ehu.es/documents/1463215/1504276/Capitulo%20XXIV.pdf>
- Zambrano, V. M. A., y Alcívar, W. R. M. (2022). El Consumo de Sustancias Psicoactivas en Adolescentes de San Alejo durante la Pandemia por Covid-19. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 7(3), 65. Recuperado de: <file:///C:/Users/6QW53LA/Downloads/Dialnet-ElConsumoDeSustanciasPsicoactivasEnAdolescentesDeS-8399901.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz Epistemológica

Objeto de estudio: El consumo mediático de los adolescentes sobre temas relacionados con las drogas, sus efectos en el estilo su vida y sus posibles repercusiones en su salud.

Pregunta de investigación general: ¿Cómo impacta en el estilo de vida y la salud de los adolescentes el consumo mediático relacionado con la drogadicción y el *narcostyle*?

Objetivo de investigación general: Análisis del consumo mediático relacionado con las drogas y su posible aceptación del *narcostyle* para identificar sus efectos en el estilo de vida y repercusión en la salud de los adolescentes

Hipótesis general: A mayor consumo de contenido relacionado con las drogas y el *narcostyle*, mayor probabilidad de que los estudiantes de secundaria y preparatoria (adolescentes) desarrollen aprobación al estilo de vida relacionado con el *narcostyle* o bien consumo de drogas, provocando a largo plazo, daños en su salud.

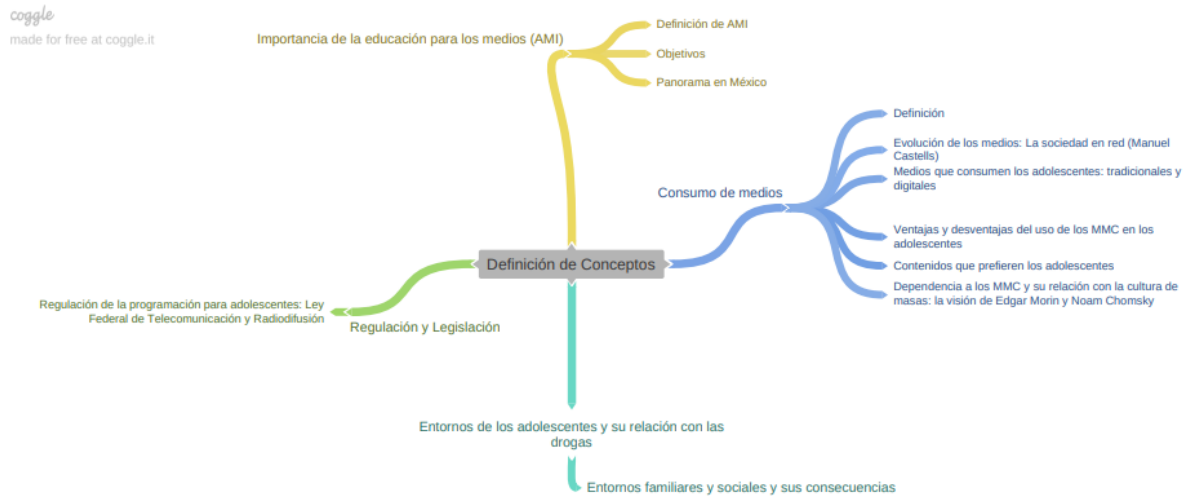
Tabla No.15 Matriz Epistemológica

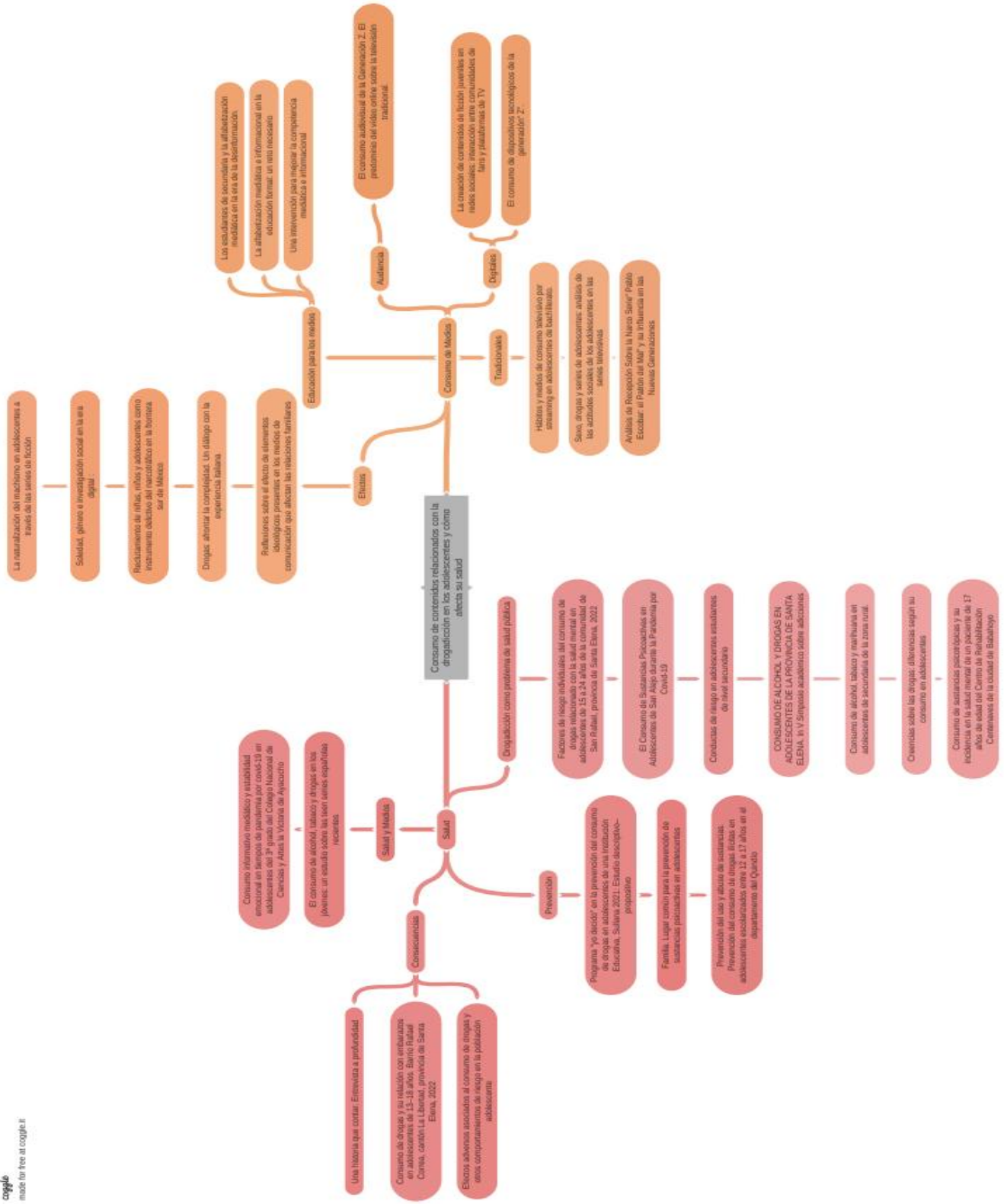
Problemática	Preguntas de investigación	Objetivo	Hipótesis	Categorías de análisis
El uso de los contenidos mediáticos en el desarrollo de la identidad de los jóvenes	¿Son adecuados los contenidos que ofrecen los medios para el desarrollo de la identidad de los jóvenes?	analizar el consumo mediático de los jóvenes y el impacto en el desarrollo de su personalidad	Los jóvenes consideran atractivos o positivos los estilos de vida que observan a través de las series o películas relacionadas con el <i>narcostyle</i> y las drogas y buscan imitarlos	Perfil de la audiencia Consumo mediático Impacto / Teoría de usos y gratificaciones / Conductas Desarrollo de su personalidad Jóvenes

	¿Conocen los padres de familia el contenido mediático que consumen sus hijos?	Determinar el conocimiento de los padres de familia respecto al contenido mediático que consumen sus hijos	Los padres de familia desconocen los contenidos del consumo mediático de sus hijos	conocimiento cognitivo Consumo de contenidos mediáticos Padres de Familia
	¿La Legislación en México cuenta con un control normativo respecto a la programación con la que tienen contacto los adolescentes?	Analizar la legislación vigente sobre regulación de los medios en relación a los contenidos mediáticos a los que tienen acceso los adolescentes en México	Los contenidos relacionados con las drogas y el <i>narcostyle</i> están al alcance de los adolescentes porque la legislación actual en México únicamente supervisa y regula la programación infantil	Marco legal (Ley Federal de Telecomunicaciones) Tipos de contenidos permitidos, Postura respecto a la protección de los adolescentes, sanciones que pueden aplicarse.
	¿Los adolescentes cuentan con una educación mediática que les permita hacer un consumo adecuado de los medios de entretenimiento?	Identificar la educación mediática en los jóvenes sobre el uso de los medios para fines de entretenimiento	Los adolescentes no cuentan con una educación mediática que les permita hacer un consumo idóneo o responsable de los contenidos	Educación mediática Usos y gratificaciones de los medios Función de los medios masivos (entretenimiento)
El uso de las drogas y las consecuencias en la salud de los adolescentes	¿Qué razones pueden llevar a los adolescentes para consumir drogas?	Identificar las causas que pueden generar una adicción en los jóvenes	La falta de conocimientos sobre las consecuencias del uso de las drogas, depresión, soledad, malas amistades, pueden llevar a los jóvenes a consumirlas	Jóvenes Adicciones Conductas de riesgo en la salud
	¿Los adolescentes conocen los efectos y consecuencias que las drogas producen en su salud?	Identificar el conocimiento sobre los efectos y consecuencias en su salud del consumo de las drogas en los jóvenes	Los jóvenes desconocen los efectos o daños a salud que pueden generar las drogas	Conocimiento cognitivo sobre las consecuencias y efectos en la salud Comunicación de riesgo
El consumo de contenidos relacionados con las drogas y el <i>narcostyle</i> que afectan el	¿Qué contenidos mediáticos prefieren los jóvenes para uso de entretenimiento y su relación con el	Identificar la relación del consumo del contenido mediático de los jóvenes con el consumo de drogas y <i>narcostyle</i>	Los jóvenes ven en relación con las drogas y <i>narcostyle</i> por qué los consideran atractivos	Usos y gratificaciones de los contenidos mediático

estilo de vida de los jóvenes	consumo de drogas y narcostyle?			
-------------------------------	---------------------------------	--	--	--

ANEXO 2. Mapa del marco referencial - conceptual





ANEXO 3. Transcripción de las Entrevistas

Caso 1 Martín

Mi consumo lo empecé aproximadamente a los 16 años en el caso de la droga, de tabaco y de alcohol, más o menos a los 14 años; yo estaba en la secundaria.

Todo empezó como un juego, jugando, jugando y pues después se complican las cosas. De hecho con los compañeros en la secundaria empezamos tomándonos una cervecita y pues así se comienza, ya después es por cuenta de uno y para delante, para delante cuando sigue uno metido en el oscuro mundo, se puede decir.

El consumo de droga lo empecé con compañeros que eran mayores que yo, yo siempre me gustó juntarme con gente mayor que yo. Yo empecé mi consumo con cocaína, pero la usé muy poco ya después me retiré y pues a la vuelta de los años solo consumía bebidas embriagantes y tabaco, pero hace como 13 años empecé de nuevo, comencé a consumir metanfetaminas.

En el consumo, la verdad, nadie obliga a nadie, o sea, me dijeron ¿Quieres probarla? Y pues adelante, yo lo hice; fue una decisión personal, para que nadie me platicara.

Yo trabajaba desde muy pequeño, trabajaba y estudiaba desde niño porque económicamente no estábamos muy acomodados y la familia era grande, de hecho yo soy el más chico de mi familia, y soy el único hombre, después de seis hermanas.

En mis ratos libres me gustaba jugar fútbol y de repente me gustaba el basquetbol. La música me gusta mucho, escucho mucho la música de antro, la música

pop, porque la música romántica me gusta muy poco porque me regresa a mi pasado, porque soy divorciado y tengo una hija. Hay música para todo momento y si escucho lo corridos. Me gusta mucho la música de DJ y la música *circuit*, que cantan artistas como Gloria Trevi o Selena pero es mezclada como tipo “punchis, punchis”.

La música actual no me late tanto, no me agrada porque no es lo mío, son puras tonteras, pura violencia y consumo, no me agrada, ni Peso Pluma, ni Natanael, no me gusta que hacen alusión a hechos violentos, a las drogas, al alcohol y a todo eso, para mi gusto es pura porquería. Esa música influye en los chavitos de la actualidad. Estando aquí -en un centro de rehabilitación- he conocido a bastantes chavitos, no solo aquí, porque yo no soy de Monterey, soy de Uruapan, Michoacán y allá me tocó ver muchos casos y aquí no se diga en la actualidad. La verdad todo este relajó está descontrolado.

Me tocó mucho ver a chavos de 13 y 14 años que ya andana muy metidos en el oscuro mundo de las drogas, usan marihuana, solventes, metanfetaminas, entre otras, me tocó ver que a veces tienen modo de comprarla o a veces roban para poder consumir, todo con tal de sostener sus vicios.

Me ha tocado ver casos de chavos que escuchan esa música y son consumidores, tantos que prefiero reservarme comentarios, pero desafortunadamente, toda esa música les llama la atención porque son las canciones que andan de moda ahorita y son más que nada con alusión a los narcotraficantes, porque a ellos se las componen, la mayoría de estas canciones son para los grandes capos y pues yo no he conocido a ningún chavo que no quiera ser reconocido, que no quiera tener dinero, ser poderoso como ellos y a veces en lugar de eso, caen las drogas y es todo lo contrario.

Con mis padres siempre me llevé bien, nunca me trataron mal, se puede decir que fui el consentido y se puede decir que siempre hice lo que me pegó en gana, esa es la verdad. Ellos no sabían que yo consumía, la verdad es que los padres siempre somos los últimos que nos damos cuenta de que los hijos están consumiendo, aunque a veces si es muy notable. En mi caso no lo fue mucho porque yo me tardé en tocar fondo, hasta cierto límite con las drogas, pero con el alcohol, en ese si me daba a notar porque llegaba ahogado, pero en las drogas nunca fui muy notorio.

Reconozco que mis padres siempre procuraron que yo evitara ciertas amistades, pero como siempre, las personas que padecemos de esta enfermedad (adicciones), lo que más daños nos hace, es lo que más buscamos. En mi familia nadie más consumía, únicamente yo.

Mis amigos eran los de la cuadra, eran como yo, se puede decir que eran de la “perrada”; andábamos trabajando. Yo en ese tiempo estuve trabajando en un taller y ahí trabajábamos tres y era con los que empezábamos la borrachera y de ahí ya no salíamos, nos íbamos a conseguir droga y ya de ahí cada quien le daba por su lado y pues ya era diferente. Reconozco que a mí siempre me gustó alcoholizarme hasta “llenar tanque”, eso sí. Pero si, los amigos de mi entorno, eran igual que yo, eran de más edad que yo, pero compartíamos los mismos gustos; por lo regular, siempre anduve con chavos mayores que yo. Siempre empezábamos a consumir alcohol, tabaco y luego seguíamos con coca.

Por fortuna, con la palomilla que yo me juntaba, solo uno quedó medio tronado por el uso de las drogas pero la mayoría de los que yo me juntaba, gracias a Dios, dejamos de beber, dejamos de drogarnos, nos dedicamos a muestras chambas y yo

desafortunadamente en ese tiempo que anduve mal, me divorcié, perdí a mi primera esposa y de ahí para delante, cada quien hizo su vida, por fortuna, yo ya tengo varios años sin consumir.

Siempre estuve informado de los riesgos que llevaba consumir, siempre supe que tarde que temprano iba a perjudicarme, eso sí, tanto con las drogas, con el alcohol, con el tabaco, con todo. Sabía que por el alcohol podía tener cirrosis, hepatitis, de la droga, locura, muerte, manicomio, no sé... por fortuna, dentro de lo normal, estoy bien, gracias a Dios. Yo pienso que no tengo, hasta el momento, ninguna secuela, de hecho hago mis trabajos y servicios al 100 por ciento, lo mejor que se pueda y pues pienso que no soy yo quien debe decidir esa parte pero si, que yo haya notado en mí que distraído o dicen por aquí que tire para el monte, no, siempre en lo que estoy.

Reconozco que para seguir consumiendo nunca cometí ningún delito, siempre trabajé para mis vicios. Nunca he robado, nunca le he hecho daño a nadie.

Caso 2: Luis Fernando

Empecé a consumir marihuana como a los 15 años, que fue la primera vez que la probé con un grupo de amigos. Inicié con ella y luego ya cuando estaba en el segundo semestre de prepa a veces agarraba inhalantes. Me juntaba en ese entonces con pandillas y pues veía que ellos también usaban inhalantes. En ese tiempo, estar en las pandillas era mi pasión, el estar peleándome en las esquinas, llamar la atención y así empecé. Para ese entonces, no tenía más de 16 años.

Después empecé a consumir más marihuana, luego hasta vendía marihuana. Era el tiempo en que en Monterrey se batallaba para conseguir marihuana y que había muchos homicidios por el narcotráfico, a veces no me importaba el peligro, de hecho tenía ya muchos conocidos que a los 13 o 14 años los habían matado porque les habían encontrado cuatro o cinco bolsitas de marihuana y ni así yo medía el peligro, con tal de conseguir la marihuana para otras personas, porque yo me sentía como que tenía respeto porque yo se las conseguía. Yo me sentía importante; así empecé. Yo no vendía cantidades muy fuertes de marihuana, porque también trabajaba. Yo tenía 19.

Pude acabar mis estudios, pero también fui conociendo otras drogas, inhalantes, tachas. Cuando terminé la prepa a los 18 años, también consumía inhalantes y por eso entré por primera vez a un anexo, para dejar los inhalantes, pero después seguí con la marihuana y probé el crack, las pastillas y las tachas. En vez de un buen trabajo, empecé a consumir más. Para los 24 años empecé a consumir cristal, justo cuando empezó a llegar a las calles de Monterrey, esa droga era muy popular porque era nueva y era más barata y te duraba más el efecto; empecé poco a poco hasta que me volví parte de la epidemia.

Primero me hice adicto yo con un grupito de cinco en la colonia, luego se involucraron otros cuatro, después otros cinco y de repente ya casi no había consumidores de marihuana, solventes o crack. En las colonias cercanas, el cristal agarró parejo con todos.

Estando bajo los efectos del cristal, conocí a una chava, ahí como que hubo mucho apetito sexual, me volví muy enamorado, tuvimos una relación y una hija, pero yo no dejé al cristal y seguí hablándole a otras mujeres, empezamos con problemas e incluso

pasé por varios anexos. Con este ya llevo siete anexos. Mi hija tiene cinco años. Ella y yo terminamos mal, porque una vez que empiezas a consumir cristal como que te enamoras de la droga, como si fuera mi pasión, mi universo la droga.

Cuando consumes tratas de justificar, piensas que si sigues trabajando, que si todo el mundo consume, lo ves normal, trato de poner mi mente como que no hay problema, más si en tu entorno hay más drogadictos. Entrás en una zona de confort, te sientes como si estuvieras en una sociedad de drogadictos, por eso creo que si se requieren este tipo de internamientos, porque yo por mi cuenta no hubiera podido.

Yo le di la espalda a mi familia, yo me iba a los lugares donde venden droga, me iba cuatro o cinco días seguido y luego regresaba a mi casa, me bañaba, comía, me dormía y regresaba otra vez, como si fuera un trabajo el estarte drogando. En ese tiempo también atendía a los que iban a consumir cristal y así de esa manera, yo ya no gastaba todo y supuestamente me hacía a la idea que yo estaba haciendo una escuela como vendedor de cristal; dentro de mi crecían los deseos de ser un vendedor y si vendía pero terminaba consumiéndome más de los que vendía y terminaba enviándome demasiado.

Llevo más de cinco años consumiendo cristal, solo he parado en los meses que he estado anexado, pero con menos de medio año que lo consumas, te deteriora demasiado, empiezo a descuidar los trabajos, a andar por las calles nada más caminando, por horas, por horas hasta sentir cansancio, sobre todo en las madrugadas, más que nada. La verdad es muy difícil dejar la droga porque en las calles la consigues en donde sea, cada barrio, cada sector tiene una o dos personas que a eso se dedican casi las 24 horas del día.

Yo empecé en el cristal por un amigo, él vivía en la otra cuadra y anteriormente ese amigo solo lo veíamos fumar marihuana; nosotros decíamos que era carita para las mujeres, pero al él lo empezó a enviciar un conocido de un taller mecánico y luego ese chavo a un grupito de cinco o seis, incluyéndome a mí, nos enseñó a cómo prender el cristal, todo con tal de vendernos y luego así, yo le pasé el contacto a otro mecánico de otra persona que vendía cristal por más cantidades, ese mecánico tenía más dinero y empezó a comprar y consumir; él atendía a sus clientes de mecánica y pues yo empecé con ese punto de droga y ahí me justaba con él y le compraba a diario hasta que después como al año, año y medio llegaron unas personas y nos tiraron unos balazos, ese fue mi primer año consumiendo cristal. Ya me han balaceado también los puntos de droga y pues yo empecé así , con amistades y con quienes se enviciaron por otras personas, así me enviciaron a mí y luego yo conseguía más personas y así, es como si entre los drogadictos “nos echáramos la mano”.

Yo vendía una cantidad de droga y les invitaba a los que no tenían para que el día de mañana que yo no tuviera droga pues que ellos también me invitaran, pues sabemos que a veces tenemos y a veces no.

Con la marihuana, yo empecé con ella, yo tenía el concepto que la marihuana nunca ha matado a ninguna persona en el mundo y que no es muy mala y así, incluso yo escuchaba muchas canciones de reggae y de Bob Marley, supuestamente yo era muy pacífico, yo creía que no le hacía daño a nadie, así como ese tipo de palabras y ya. Para escuchar las canciones, lo hacía con dispositivos de bluetooth o con mi celular, eso fue como en el 2011 al 2013 y todavía si pongo esas canciones me agradan, pero en ese tiempo lo hacía más porque yo consumía marihuana, de hecho tenía pensamientos de ir a

conocer Jamaica e investigaba porque tenía una obsesión por el reggae y pues me sentía en un bienestar, porque cuando me drogaba creía que no generaba violencia, porque era música pacífica aunque a veces le tiraba al gobierno por los problemas de las guerras y asociaba que la marihuana me daba un momento de paz y pues así.

Después que consumí otras drogas, cambié por rock pesado o música callejera que asocia la también a cosas como robos, violencia o así y ahí poco a poco también fui cometiendo delitos. Jamás imaginé terminar así, casi al borde de la locura.

La música yo la escuchaba todo el día, no tendría más de 16 años era de muchos cantantes, el principal era Bob Marley y todos esos cantantes aparecían fumando marihuana y la defendían, por eso yo creía que no hacía daño. De hecho, esas canciones no te inducían a consumir otras drogas, solo marihuana.

Primero escuchaba en las canciones que la marihuana era curativa, que no te hacía ser agresivo, como que la defendían del criterio de la sociedad, trataban de no ver como delincuentes a los que fuman marihuana, decían y ponían ejemplos de que nadie se ha muerto por consumir marihuana, en cambio eso no sucede con el alcohol e incluso con el cigarro, aún y cuando son legales. También escuchaba que el gobierno la usaba como prohibición para conseguir dinero, como que defendiendo más que nada una persona por consumir marihuana. Me tocó incluso en ese tiempo ver manifestaciones en favor de legalizar la marihuana en Ciudad de México, también las canciones de reggae hablan mucho sobre la legalización de la marihuana.

Las canciones de reggae para mi si son un referente para el consumo de marihuana, pero únicamente esa droga, porque cuando consumes otras como el crack o

cualquier otra droga, son otro tipo de canciones en donde lo encuentras (esos mensajes) y pues si escuchas canciones de Jim Morrison después de Bob Marley es diferente porque yo escuchaba que Jim Morrison consumía LCD, tachas, opioides y yo también quise conseguir éxtasis y pues me gustaba al escucharlo.

Uno cuando está drogado y escucha canciones como que te sientes como si fueras el artista que está cantando, se siente muy adentro la canción.

A mis amigos les gustaban también esas canciones. Después supe que les gustaba – a los amigos – también consumir LCD y así llegué a probarlo, escuchando varias canciones.

Mi mamá veía que yo escuchaba esas canciones y a veces me decía que mejor escuchara música cristiana, música que ayudara, porque ella me decía que qué era esa música, em regañaba y pues yo siendo un chavo pues yo decía que era libre de escuchar lo que yo quisiera y le llevaba la contraria, de hecho mi mamá tiene años asistiendo a iglesias cristianas y me ha llevado, nunca ha tirado la toalla conmigo a pesar que yo le he llevado la contraria.

A veces también me decía que si quería juntarme con esas personas que consumen que podría hacerlo pero que eso no debía decir que yo tenía que consumir igual que ellas, pero también siempre me aconsejaba que consiguiera amistades que no se drogaran porque ella decía que eso me iba a llevar a un buen entorno de amistad pero pues yo hacía todo lo contrario.

Además de las canciones, también me gustaban las series del Chapo Guzmán y de Pablo Escobar, series como las de El Señor de los Cielos y Narcos de Colombia, e

incluso he visto demasiados documentales de La Ruta del Narcotráfico con Colombia a México y de México a otras partes de Estados Unidos. He tenido una obsesión de poder saber cómo se cocina el cristal así como por tener casas, autos, todo de la venta de droga. La verdad he tenido mucha influencia de la televisión y hasta de páginas de internet como por ejemplo “El Blog del Narco”. A las personas como yo, esas series siempre despierta cierto interés para ser igual que ellos o al menos trabajar para ellos, sin importar si pierdo la vida, porque lo importante es que pertencí a ese grupo o cartel, como si fuera algo muy importante.

De hecho, yo pensaba que si tenía que morir en cinco años, me hubiese ido a Sinaloa, a pedirle trabajo al cártel de Sinaloa y ver qué se siente andar en los comandos y andar disparando las armas y con que mate a varios soldados enemigos, pero todo, creo que es consecuencia de lo que veo.

Después de la marihuana comencé con otras drogas como los solventes, he consumido incluso LCD y hasta jarabes que conseguía en la farmacia para usarlos de alucinantes. La verdad todo lo hice por sentirme aceptado a la sociedad, a un plan de amigos que nos mirábamos los sábados o domingos en los bailes colombianos y yo pensaba que de esa manera iba a conseguir una novia o algo porque yo sentía me miraba muy morrillo si no consumía drogas.

De hecho desde el primer año que empecé a consumir cristal, tengo en mi mente como un “sonidito” que lo escucho más fuerte a la hora de dormir, tengo cuatro años escuchando ese ruido en mi cabeza y yo sé que es parte de las secuelas por la droga.

Yo la verdad si sabía los riesgos que llevaban el consumir, pero uno de joven, pues no crees o no crees que le vaya a pasar a uno a pesar de que tienes demasiados ejemplos muy cerca y si he sentido muchos daños en mi cuerpo a lo largo de todo el tiempo que he consumido pero de repente uno agarra ideas como “de algo me voy a morir” y aunque ves anuncios donde te ponen hasta esqueletos, donde te muestran excesos y con frases para ayudarte a reflexionar, pero pues los ignoras, porque así te la llevabas.

La primera vez que mi madre me vio con los ojos rojos a causa de la marihuana, hasta me dio una cachetada, me regañó demasiado, pero en mi familia muchos consumen. Mi papá por ejemplo, consumía marihuana e incluso otras drogas y desde muy pequeño tengo recuerdos de mi papá golpeando a mi mamá o de mi mamá con problemas con mi mamá. Mi papá trabajaba y luego lo veía a veces alcohólico porque ya se estaban separando y pues también tengo varios primos y ellos desde la infancia fueron pandilleros y consumían droga; recuerdo que llegaban a mi casa a buscarlos los policías, los judiciales porque habían golpeado o robado a alguien, eran demasiados problemas. Vengo también de una colonia donde en mi infancia me tocó ver demasiadas peleas con cuchillos o pedradas, demasiadas redadas con policías y entonces los miraba a diario en mi infancia y fue lo que yo veía a diario.

En mi adolescencia, incluso consumía drogas con mis primos y ya después con mi padre empecé a fumar marihuana. Mi madre nunca se ha drogado ni tampoco ha fumado marihuana, de hecho yo nunca me había fumado un cigarro delante de mi mamá pero con mi padre si, tomé cerveza y fumé marihuana. En un tiempo corto, también con mi papá consumí crack y piedra pero él dejó de consumir, yo lo dejé un tiempo porque

tenía muchos problemas, pero la verdad no es algo muy grato porque batallas con las cosas básicas y yo en lo personal descuidé el trabajo, el dinero no me rinde, batallo con las cosas muy básicas como la comida o el poder comprarme un pantalón, camisa, unos tenis a veces la droga no me faltaba en todo el año pero si un par de zapatos.

La verdad, yo si he pensado en robar un banco o un camión de valores, para poder tener dinero o agarrar a una persona fuera de un banco, poderme hacer rico de la noche a la mañana, porque a veces veo que en las películas si funciona el robo, aunque sé que también puedo ir a la cárcel y todo eso, pero pues si ya es una cuestión que lo digo, pero a la mejor ya andando drogado y con personas que me consigan el arma quién sabe si podría hacerlo.

Caso 3. Santos

Mi consumo inició desde muy temprana edad, todo por curiosidad. Yo miraba cómo se comportaba la gente más grande, cómo se veían, más las actitudes, yo los veía muy sonrientes y risueños, así empecé, por curiosidad, porque yo quería estar así.

Poco a poco empecé a consumir y luego lo hacía con más frecuencia y me di cuenta que me gustaba el efecto y cómo me sentía y ahí seguí hasta que se me hizo una adicción, sin saber, porque yo era ignorante de los riesgos que yo podía tener al seguir esta adicción. Yo empecé a consumir a los 12 años.

Empecé con marihuana y luego con pastillas psicotrópicas, también usé pegamento y Resistol industrial. Yo empecé con la hierba porque yo veía que esas

personas se veían contentas y por curiosidad, como yo los veía muy alegres, yo creía que así iba a andar.

Mis amigos con los que empecé a consumir eran más grandes de edad que yo, eran mayores, en esos tiempos, no recuerdo cuantos años, lo que pasa es que yo desde muy niño por la situación de la casa me iba a vender periódico o chicles en las esquinas o cruceros y ahí me relacioné con gente más grande, gente que vendía rosas, o cualquier cosa en los cruceros. Ahí empecé a agarrar el camino ese.

Me gustaban mucho las películas, aunque yo no fui tanto de televisión, pero si me gustaban verlas, o a veces cuando había oportunidad y se podía me gustaba ir al cine, me gustaba ver las películas de acción, donde había pandilleros y ahí empecé a agarrar curiosidad, desde cómo pelear, cómo se drogaban, cómo vivían algunos de los personajes que eran los capos principales o bien como respetaban a las pandillas en los barrios.

No podía verlos muy seguido en el cine, por mi situación, pero siempre disfruté esas películas, me gustaba ver las riñas de los diferentes barrios, cómo las pandillas se divertían oyendo música o drogándose, con mujeres en ese ambiente también, porque también fui pandillero, también estuve en esos ambientes y me veía reflejado.

En esos momentos no lo ves, pero ahora que pude enfrentar mi enfermedad (adicciones), de doy cuenta que aunque en realidad nadie obliga a nadie a consumir, a hacer algo indebido, pero si las amistades con las que te relacionas y todo con lo que estás en contacto influyen mucho, eso es cierto.

Yo pienso que cuando eres joven, buscas imitar todo lo que ves, sobre todo en las películas porque ya traes esa forma de vida en las que estás en la calle y te ves reflejado ya traes ese ritmo, empiezas a vivir tu forma de vida en la calle, son tiempos en los que ya no quieres saber nada de la casa, no quieres hacer caso a las órdenes que te da tu mamá, que te dice que te quiere temprano a tales horas aquí y empiezas hasta a descuidar los estudios por estar en la calle y seguir con esa vida.

Mis padres nunca se dieron cuenta de lo que yo veía, porque lo veía solo o me iba con los amigos al cine, yo no les decía lo que iba a ver, nada más les decía que iba al cine y la verdad, a veces ni permiso pedía, ni les avisaba, solo me iba.

En ese tiempo, mis padres nunca se dieron cuenta que yo era consumidor hasta ya cuando fueron pasando los meses, se dieron cuenta. Mi padre era muy estricto conmigo y la verdad yo nunca tuve malos ejemplos en mi casa, los malos ejemplos los agarré en la calle, ahí fue donde agarré los malos ejemplos. Las amistades fueron los malos ejemplos, porque yo siempre estaba con ellos y nunca en mi casa, yo no hacía caso a las órdenes de mi padre, yo era una persona ingobernable, todo lo hallé en la calle.

Mis padres eran buenos padres, eran buenas personas, mi papá incluso era muy estricto con todos nosotros. A muy temprana edad nos mandó a trabajar con la intención de hacernos personas responsables de nosotros mismos y de valernos por nosotros mismos pero, no pensó en que yo podía estar expuesto al peligro al estar con gente mayor y de malas actitudes y por eso también parte de mi drogadicción y de mi adicción, también sin querer tuvo algo de culpa mi padre no porque él haya querido, sino porque inconscientemente fue la idea de él era que fuéramos responsables. La verdad, tampoco

es una excusa para mi adicción porque el culpable fui yo, yo fui quien se acercó y agarró esos vicios de la calle, no de mi casa.

Lo mismo pasó con otro hermano, él también consumía, él todavía consume y es alcohólico, yo me juntaba con él. En ese tiempo, también me gustaba la piedra y también el crack; cada quien tenía sus amistades, cada quien sabía con quién juntarse pero ya hubo momentos en los que ya se iba perdiendo el respeto de la casa y ya me drogaba con mi hermano en la casa, ya no necesitábamos andar en la calle, ya consumíamos en la casa, faltando completamente el respeto a la casa.

Nosotros nos drogábamos en el cuarto, no en frente de mis papás. Pero si, muchas veces se dieron cuenta y me corrían de la casa y me golpeaba, con justa razón, no puedo resentirme ni guardarle rencor porque es mi padre y él quería lo mejor para nosotros, pero si era muy estricto y si nos daba mano fuerte, yo me ganaba los malos tratos, yo me los merecía.

En ese tiempo, por ignorancia, uno no llega a pensar, no mide consecuencias, los riesgos o los problemas que me iba a traer el consumir, ni las enfermedades de todo eso ni lo que me pudo haber sucedido o llegar a pasar, la verdad nunca pensé en nada de eso. Por fortuna, hasta el momento no tengo secuelas, corrí con suerte, pude salir a tiempo.

Caso 4. Jorge

Yo comencé a drogarme desde los 14 años, empecé juntándome con las pandillas, entre ellos estaba mi hermano, de chavito, de hecho, él fue quien dijo: “inviten a mi carnal”. Lo primero que probé fueron los cigarros, yo fumé Delicados, luego empecé consumiendo tolueno y de ahí seguí.

Empecé por mí mismo, para probar y me fueron gustando las drogas. La verdad, las usaba para entrar en ambiente con los amigos, por curiosidad. Todos consumíamos, sobre todo tolueno y marihuana. Nosotros creíamos y nos sentíamos superiores porque queríamos ser más que los demás, pero sin darme cuenta que estaba equivocado, estábamos en un grande error. A veces uno pierde todo y es más difícil recuperarlo.

Íbamos a las fiestas, a los XV años en grupito y luego nos apedreábamos con las pandillas y todo, entre chavos y chavas y ahí nos metíamos a casa un compañero a drogarnos; no todos se drogaban, algunos solo tomaban cerveza, otros fumaban marihuana y otros preferían el tolueno, en ese entonces aún no salía el cristal.

Antes la piedra y la marihuana valían 50 pesos y mis amigos antes hacían un “endiablado”. Hacían polvo la marihuana y luego se la echaban al cigarro de marihuana y veía cuando la fumaban así, cuando agujeraban el bote para la piedra y luego cuando hacían el “pericazo” echando el humo a los otros y ellos absorbiéndolo con la nariz y haciendo que “la cascada” y todo eso, por eso se me fue haciendo curiosidad, nada más viéndolo, uno aprende todas esas mañas, pero con el tiempo, uno se arrepiente de aprender todo eso. Uno cree que tiene amigos, pero no lo son, son amigos de droga. Los verdaderos amigos son la familia, los seres que te rodean. Todos éramos de las mismas edades, nadie pasaba de los 17 años, era cuando empezábamos la escuela, todo empezamos así.

Ya después fui creciendo y entonces y fue avanzando el problema hasta que ya no hubo de otra alternativa hasta que me empezaron a internar en el centro de rehabilitación y de ahí salía y recaía, tuve más de 18 recaídas y aun así medio ando, porque aun así sigo generando la droga.

En ese tiempo yo veía mucho la televisión. Me la pasaba poniendo videos de música, en ellos se hablaba sobre el consumo, sobre las drogas pero a veces uno no ve las consecuencias de ello; hasta me tocaba ver comerciales en donde se decía: “vive sin drogas”, hasta escuchaba que se decía que uno tiene que contar hasta 10 pero uno no piensa las cosas, no le pasan por la mente, aunque ahí te pasan los ejemplos de lo que pasan con las drogas, como por ejemplo que si fumas un cigarro de “mota” es como si estuvieras fumando una cajetilla de cigarros.

Me gustan mucho las canciones de reguetón, de Daddy Yankee y todos esos, me gustaban las películas de sicarios, donde se agarraban a pistolazos y que tiran bazucazos y todo eso, donde venden droga y que se van matando por querer tomar un punto o tumbar un jefe.

A veces andaba bien loco y fueron a dar la queja, y quería hacer lo mismo que las películas, uno no distingue lo que hacen los actores. Mis papás no me decían nada de lo que yo veía porque para ellos eran películas normales.

Además de videos musicales, veía también video de animaciones. Las drogas también estaban presentes, por ejemplo, cuando fuma uno cigarro y lo pone uno en un papel, en un rollo que lo avienta y sale el humo café, así uno trae eso por dentro y varios monillos salían así.

Hoy no es fácil, aunque cada cabeza es un mundo, las canciones hablan de muchas cosas relacionadas con las drogas, pero depende de cada quien. Muchos si hacen o quieren imitar a su artista favorito. La verdad yo también en su momento también quería ser así, me quería vestir así...

Los artistas que yo escuchaba sabía que consumían droga como Snop Dog, uno de hip hop, el Peso Pluma creo que es puro pase, marihuana y así, porque se ve en los videos que él fuma marihuana en frente de los policías y los mismos policías no hacen nada porque es un permiso que les dan a ellos por ser artistas, siento que, si lo usan para controlarse, trabajar o para concentrarse y uno pues lo busca por adicción, por seguirse drogando, para sentir otra sensación en la cabeza. En los centros de rehabilitación no permiten el uso de radios ni nada así.

No es nada fácil, estando en un centro de rehabilitación es cuando uno se empieza a calmar, pero la obsesión empieza cuando uno sale afuera y uno es culpable de todos sus actos, muchas de las veces queremos culpar a los demás, pero estamos equivocados. Siempre el de la culpa es uno, porque no quiere dejarse de drogar y tiene que uno cambiar las actitudes, ser una nueva persona si deseas hacer en verdad cambios en tu vida.

Aunque yo nunca tuve padres disfuncionales, yo siempre me la pasaba en la calle, siempre me gustaba estarme drogando, fue por las amistades, más o menos.

Llegó a afectarme tanto que a veces no me bañaba, escuchaba voces, hablaba solo, tenía delirios de persecución y creía que la gente pensara lo mismo que yo.

Yo una vez si me drogué con el tolueno y la marihuana y me crucé; veía a todas las personas violentas y estábamos en pleno pleito, me pasaban los “riscazos” y lo veía todo lento, yo ni en cuenta, así me quedé todo ido, pero la verdad si quedé muy dañado de la mente, no quedé al 100.

A la mejor, uno se puede mirar bien, pero con los años, uno queda dañado. Yo hablaba solo y escuchaba voces, yo creía que estaban hablando mal de mí, me asomaba a la calle y no era nadie, era mi mente que se estaba mal viajando, eran los efectos de las drogas.

Mis padres eran una buena familia, no tenían muchos problemas, con los que conviví más fue con mi mamá porque ella estaba aquí y mi papá se iba a trabajar “al otro lado” y después uno como quiera, eso lo fue dañando poco a poco, a parte, yo los dañé también porque eran puras preocupaciones, no me gustaba estar encerrado en la casa y pues ellos trataban de ver por uno, pero a uno le valía, a uno no les preocupaba.

Mis padres nunca se drogaron, pero mis hermanos si, uno fumaba piedra y se tomaba unas caguamas, el otro cristal y la marihuana más el tolueno y pues ahorita acaba de salir del penal, tiene como un mes que salió y pues quedó más afectado de la mente, ellos también empezaron desde muy chicos, de hecho, mi hermano el menor fue quien me llevó y por eso también se me hizo fácil y empecé a drogarme.

Cuando mis padres se pudieron dar cuenta que yo consumía, se decepcionaron, ya no me tenían confianza y aunque yo les quisiera decir una cosa, ya no me creían, pensaban que era mentira o que lo decía para chantajearlos, para recibir el dinero, por eso ya no me querían. Yo les pedía permiso y me decían no porque vas a ir con los mismos, vas a ir a drogarte, me perdieron la confianza y ya hasta mi jefe me decía ya cuando estuve un tiempo nombre, déjate de andar así de loquera, te quedas tomar unas cervezas en fin de semana, pero ya más tranquilo, no puedes llegar a las 4:00 de la mañana, ya no queremos que andes ahí de problemático y en las pandillas.

El problema era yo mismo, por andar de pleitista, por andar con el tolueno y a parte que mi jefe si tomaba, tomaba cerveza, pero la dejó, la dejó cuando a mi hermano le pusieron unos “fierrazos” lo “enfierraron” allá en el centro y a él le dio diabetes y se puso grave, porque casi le daba un ataque del susto y como él estaba en el otro lado y le tocó venirse porque andaba preocupado por mi carnal el mayor.

Yo ya perdí a mi amá y a mi apá; ya no los tengo. Pues ahora me queda luchar por mí mismo porque tengo un hijo chiquito de cinco años y es difícil ponerle este ejemplo, por eso debo llevármela tranquilo.

Por una parte, los chavos agarran ahora de fiesta las nuevas canciones para convivir con los amigos pero ya que está muy de moda -las nuevas canciones- las ponen hasta en las cantinas y uno por escuchar o por sentirse realizado, digo, las canciones las escucho porque a la mejor tienen un significado, quizá hable sobre la vida de ellos, pero no hay que actuar como ellos, porque nunca vamos a llegar a ser artistas.

ACERCA DE LA AUTORA

Rosa Lilibeth Lira Salazar es egresada de la carrera Licenciado Ciencias de la Comunicación con acentuación en Comunicación Organizacional de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, institución donde realizó la Maestría en Ciencias de la Comunicación.

Sus estudios doctorales fueron realizados a través de la Subdirección de Estudios de Posgrado de la FCC, UANL. En el ámbito profesional, es docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en áreas como periodismo, comunicación y mercadotecnia desde el año 2007. Durante sus estudios doctorales, fue acreedora a la Beca Conacyt en su último año de formación.

Su trayectoria abarca experiencia en medios de comunicación donde ha colaborado en medios como Multimedios Televisión e Imagen Noticias como reportera, jefe de información y productora de noticieros. En el ámbito gubernamental colaboró en administraciones municipales en Monterrey y Apodaca desempeñando puestos como coordinador administrativo, jefe de comunicación y coordinadora de comunicación social.

Además, ha sido consultora de comunicación para IBM Monterrey a través de la agencia de relaciones públicas Ibarrola y Asociados.

Como investigadora, su línea de estudio se centra en comunicación y salud, en el sentido de cómo los medios masivos de comunicación generan afectaciones tanto positivas como negativas en su audiencia, por ello, ha participado en coloquios nacionales como AMIC y cuenta con publicaciones a nivel nacional sobre este mismo tema.

Debido a su trayectoria profesional, también a través de su trabajo durante la maestría abordó el tema de la comunicación política y cómo los medios digitales pueden ser un aliado estratégico para tender un puente de comunicación con los ciudadanos.