

El discurso de los adolescentes sobre las campañas televisivas de prevención del consumo de drogas ilegales. Estudio de caso en dos colonias de estrato socioeconómico bajo de Guadalajara

ROSALBA RUIZ SOLÍS

JOSÉ RAMIRO CABALLERO HOYOS

Ante el reconocimiento del incremento en el consumo de drogas por parte de los adolescentes, se ha presentado la intervención de los medios de comunicación como una estrategia que se piensa puede disuadir del consumo a través de la difusión de mensajes preventivos.

El estado mexicano se ha enfocado a atender las conductas que se relacionan con el uso o abuso de cuatro tipos de sustancias adictivas: el alcohol, el tabaco, las drogas médicas y las drogas ilegales, lo que se demuestra con los diversos programas que se han creado para su atención.

Reconociendo que existen estos tipos de drogas, el presente trabajo se enfoca exclusivamente al uso y prevención de drogas denominadas como ilegales y que se definen como «aquella sustancia que altera algunas funciones mentales y a veces físicas, que al ser consumida reiteradamente tiene la posibilidad de dar origen a la adicción y que socialmente es considerada como nociva para la sociedad, por lo

cual su producción y comercialización está prohibida» (NOM, 2000: 17). La distinción es importante, ya que el tratamiento social que se da a las drogas conocidas como legales es muy distinto a las que son rechazadas socialmente, al menos en el discurso.

Estudios de diversos tipos buscan ofrecer una imagen de la magnitud y dinámica del consumo, así como de las características de los consumidores de los distintos tipos de drogas en cada una de las regiones del país. Entre ellos, se encuentran los estudios epidemiológicos mediante encuestas nacionales de población (Ssa-Coadic, 2000), encuestas a estudiantes (SEP, 1993) y los resultados de los sistemas de vigilancia epidemiológica de las adicciones (Cecaj, 2000). De estos y otros estudios (Matsui, 2000, CIJ, 1999) se desprende que la edad en que se inicia el consumo de drogas ilegales está comprendida entre los 15 y los 19 años. Informan que las drogas de mayor consumo en el país son la mariguana, las inhalables y la cocaína, en ese orden. Señalan a los

hombres como más consumidores, con una proporción de una mujer por cada cuatro hombres (ENA, 2002, en Cecaj, 2004). En estos estudios se señala que asistir a la escuela es un factor que puede evitar el inicio en el consumo de drogas.

La estratificación socioeconómica es considerada como un factor de riesgo para el consumo de drogas, ya que se ha reportado que el consumo de drogas ilegales fue mayor en el estrato marginado, tanto en hombres como en mujeres al compararlo con los estratos medio y bajo. En el estrato alto no se reportó consumo (Caballero *et al.*, 1999; Chávez, 1986).

De los datos epidemiológicos mencionados se desprende que los hombres y las mujeres tienen una relación diferente con las drogas ilegales, empezando con el hecho de que el consumo de las mujeres es menor al de los hombres y que su consumo se inclina preferentemente por las drogas médicas depresoras del sistema nervioso central (Moreno, 1998; Castro-Sariñana, 1998; Balanzario y Gutiérrez, 1998; Rosas, 1998).

De acuerdo con estas investigaciones, se puede hacer un perfil del adolescente consumidor de la zona metropolitana de Guadalajara, quien presenta un consumo mayor de drogas ilegales en todas las variables de frecuencia de consumo investigadas, con relación a sus similares en la región centro y en todo el territorio

nacional. La edad de inicio en el consumo de drogas ilegales se ubica antes de los 20 años, principalmente con marihuana.

El consumo es más frecuente en estratos más pobres en hombres y en mujeres. En cuanto a género y drogas ilegales, se puede decir que su uso es un problema que afecta a ambos géneros en los adolescentes, aunque en el caso de las mujeres su uso se reporta como menor que el de los hombres, en proporción de 15 a 1 de consumo general.

Con estos datos se puede apreciar que el consumo de drogas en la zona metropolitana de Guadalajara es diferenciado por género y tipo de droga de preferencia, así como por estrato socioeconómico al que se pertenece. Sin embargo, los mensajes que se han transmitido a través de los medios de comunicación con la finalidad de prevenir las prácticas de consumo han sido masificados para un público homogéneo.

Estos mensajes han formado parte de campañas preventivas que en su mayoría no cuentan con evaluaciones sobre la influencia de los mensajes transmitidos en el imaginario social de la población objetivo. Es por eso que se hace necesario saber qué es lo que hacen los adolescentes de distinto género y estrato socioeconómico con la información transmitida a través de los medios de comunicación sobre drogas ilegales y de qué forma

la integran, o no, a su acervo de conocimientos, tomando en cuenta las condiciones socioeconómicas en que se desarrollan.

Al respecto, los estudios cualitativos representan una valiosa alternativa para identificar los conocimientos normativos sobre la drogadicción y el efecto atribuido a las campañas preventivas difundidas a través de los medios de comunicación.

Este estudio buscó conocer las creencias y opiniones de los adolescentes sobre los promocionales difundidos a través de la televisión, buscando confrontar la información que ellos poseen y los mensajes que les trasmite su entorno cercano con los que ellos interpretan que transmiten dichas campañas (Kitzinger, 1998). También se buscó comprender la relación que existe entre los medios de comunicación y el consumo de drogas en los adolescentes de estrato socioeconómico bajo de Guadalajara.

MÉTODO

Se realizó un estudio cualitativo de tipo transversal, basado en las propuestas de la teoría fundamentada, que examina el contenido de los promocionales y una forma de impacto de efectos acumulados, de los mensajes que transmite la televisión en la comprensión de los adolescentes

sobre algunas áreas que se relacionan con el consumo de drogas ilegales en la zona metropolitana de Guadalajara. Se trata de un tipo de estudio de impacto (Kitzinger, 1998) de tipo comprensivo, ya que considera otras fuentes de información que toman en cuenta los adolescentes sobre el tema; considera que la lectura que se haga de los mensajes transmitidos a través de la televisión no es dialógica por una parte y, por otra, son tan sólo una fuente más de información para los adolescentes sobre el consumo de drogas ilegales. De esta forma, este tipo de estudios hacen referencia a una lectura negociada de los mensajes que son transmitidos por los medios, en donde la negociación tiene que ver con la integración al mensaje por leer, y de los otros mensajes con que ya cuentan los receptores o que se van presentando en su vida cotidiana.

La investigación se realizó en las colonias El Carmen y Lázaro Cárdenas, ubicadas en la zona Cruz del Sur del municipio de Guadalajara, mediante un trabajo de campo que se implementó de 2002 a 2003, una zona de estrato socioeconómico bajo, según la delimitación de áreas geostatísticas básicas del INEGI, y en la cual existe una alta prevalencia de consumo de drogas ilegales.

Para lograr los objetivos planteados, se diseñó la investigación en dos fases sucesivas. La primera se llevó a cabo mediante una análisis de conte-



nido de cada uno de los promocionales que integraron cada campaña difundida durante el periodo de 1998 a 2003, con la finalidad de identificar los mensajes que se presentaron a los adolescentes de las colonias seleccionadas participantes en los grupos focales, lo que representó el repertorio de referencia.

La segunda fase buscó conocer las construcciones que hicieron los adolescentes (hombres y mujeres de 15 a 19 años) sobre estas campañas, conociendo simultáneamente el contexto socioeconómico en que ellos habitan. En ella se aplicaron varias técnicas: listados libres a adolescentes para saber si recordaban alguna de las campañas investigadas; una aproximación etnográfica a fin de describir las condiciones sociales y culturales

del contexto y su efecto en la cultura de la drogadicción. Esta aproximación se llevó a cabo mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas a nueve informantes clave de las mismas y la realización de ocho grupos focales (Morgan, 1988), cuatro de hombres y cuatro de mujeres que residen en las mismas colonias.

Esta segunda fase del trabajo se desarrolló siguiendo algunos de los postulados de la teoría fundamentada (Glasser, 1967), aunque se contó con algunos conceptos teóricos del construccinismo social (Burr, 1996) y de otros autores que abordan el discurso desde diversas perspectivas teóricas (Fairclough, 1994; Giddens, 1995; Jensen, 1995; Thompson, 1998).

El análisis de la información narrativa recolectada se orientó a ex-

plorar creencias y opiniones de los adolescentes sobre las campañas preventivas del consumo de drogas ilegales y sobre su consumo, así como de la resistencia que ellos, como receptores, oponen a los mensajes que les son transmitidos a través de los medios de comunicación.

La propuesta metodológica aplicada buscó resaltar que los adolescentes como receptores de las campañas preventivas cuentan con información previa emanada de diversas fuentes de información que tienen influencia en sus concepciones sobre el tema y que además el contexto socioeconómico en el que ellos viven influye también en las construcciones que hacen de dichos mensajes.

Se aplicaron procedimientos éticos de consentimiento informado, confidencialidad y anonimato en la recolección y análisis de la información.

RESULTADOS

Contexto del consumo de drogas ilegales en dos colonias de Guadalajara: la voz de quienes viven y conviven con el consumo

Las colonias investigadas se ubican al sur del municipio de Guadalajara¹,

¹ Colonias El Carmen y Lázaro Cárdenas. Se eligen ambas colonias porque la separación oficial no corresponde a la dinámica de relación entre sus habitantes, ya que comparten muchas características y los propios habitantes designan a ambas con el mismo nombre.

surgieron a mediados de los 70. Las instituciones de salud, las eclesiásticas y sus habitantes consideran que desde su origen ha existido un grave problema de consumo de drogas, lo que ha afectado su dinámica social.

Esta práctica de consumo de drogas entre sus habitantes ha sufrido modificaciones a través de la historia de la zona. Ha pasado de una cierta discreción a una abierta exhibición del consumo; el tipo de droga de preferencia en la zona también ha sufrido cambios y ahora, además de consumirse solventes inhalables y mariguana, que eran las drogas que se mencionaban como de uso común al inicio de las colonias, se habla de incremento en el consumo de cocaína y de cocaína base, lo que es documentado con mayor especificidad por los informantes clave, exconsumidores y por los adolescentes hombres entrevistados en los grupos focales.

Las características que los informantes mencionan de la práctica de consumo de drogas en las colonias estudiadas es que los más jóvenes son los que más consumen y se refieren a menores desde 11 años, principalmente hombres, hasta los 30 años. Aun así, algunos mencionan que se está presentando un incremento en el inicio en el consumo en adultos de más de 40 años, principalmente de cocaína.

Sobre el consumo de drogas por género, todos concuerdan en que el consumo entre las mujeres se ha in-



crementado, aunque continúa siendo mayor en los hombres. Los adolescentes hablan de que el consumo entre las mujeres es más discreto y plantean que ellas prefieren consumir bebidas alcohólicas, en tanto que los hombres se inclinan más por las drogas ilegales.

La práctica de consumo de drogas ilegales, al igual que su venta, ha llegado a considerarse como algo cotidiano en la zona, lo que relacionan directamente con la violencia y la inseguridad que se presenta en el vecindario. En la venta de drogas, los adolescentes hombres y los informantes clave exconsumidores son los que proporcionan mayor información sobre expendios y precios. La relación de la policía con el narcotráfico es un aspecto se menciona por todos los informantes.

Las complicaciones de salud que se relacionan con el consumo de drogas ilegales por los informantes clave se explican en función de la calidad del tipo de droga que se expende en la zona.

Las explicaciones que los informantes clave hacen sobre los motivos por los que se presenta el consumo de drogas incluyen los problemas familiares y el consumo de los padres, los amigos, los medios de comunicación y la soledad.

El contexto del contenido propuesto, las campañas preventivas del consumo de drogas ilegales que se transmitieron por televisión de 1998 a 2003

Como resultado del análisis de contenido de los promocionales se encontró que difunden en mayor medida los factores de riesgo que propician el

consumo de drogas ilegales y los dirigen a hombres adolescentes de estrato socioeconómico medio. Enfatizan la invitación de los amigos y la curiosidad como principales causas del inicio en el consumo, pero refuerzan la idea de la decisión individual sobre el consumo de drogas o su rechazo, descontextualizando el fenómeno.

Además, en el caso de las instituciones, el Conadic y el Consejo Estatal contra las Adicciones en Jalisco (Cecaj), en su primera campaña se enfocan a hacer propuestas alternativas al consumo de drogas y a su prevención. CIJ, Fundación Azteca y el Cecaj, en su segunda etapa, presentan los factores de riesgo y los riesgos del consumo de drogas como estrategia preventiva.

Los mensajes se presentan descontextualizados, ya que algunos personajes que se presentan como consumidores de drogas ilegales no están ubicados en un contexto, se presentan aislados y no explican el por qué se presenta la modificación de la conducta del personaje hacia el consumo.

El discurso de los adolescentes sobre el consumo de drogas ilegales como práctica discursiva y social

Las narraciones discursivas que expresan los adolescentes sobre el consumo de drogas ilegales y sobre las campañas que tienen como finalidad prevenirlo representan el elemento primario con base en el cual se buscó responder las preguntas que guiaron este trabajo.

Las campañas más recordadas y comentadas por los adolescentes de ambos sexos fueron: «Vive sin drogas», «Con las drogas pasa igual», «Con las drogas no se juega» y «La vida es la neta»; de ellas fue de donde se tomaron las ideas que posteriormente se desarrollan.

Ambos géneros de adolescentes identificaron en los promocionales de las campañas de prevención del consumo de drogas difundidas a través de la televisión los siguientes elementos: diversión, peligro y consecuencias negativas del consumo, la curiosidad, la desatención de la familia y la presión de los amigos como causa del consumo.

La diversión, el peligro y los resultados negativos del consumo de drogas ilegales que los adolescentes identifican en los promocionales encuentran eco en las explicaciones que ellos hacen de las causas y consecuencias del uso de drogas ilegales. Ellos identifican la soledad, los problemas, el sentir lo que producen las drogas, lo que se puede relacionar con la búsqueda de diversión por parte de ambos géneros de adolescentes. El peligro o las prácticas de riesgo que se llevan a cabo bajo los efectos de las drogas ilegales son mencionados únicamente por los hombres como consecuencias de su consumo. La muerte también es mencionada sólo por los hombres.

Otros elementos que ellos explican y que no se presentan en los

promocionales son: el desarrollo de la dependencia a las drogas, la violencia e inseguridad que provocan los consumidores de drogas y la victimización de que son objeto, así como el bajo rendimiento y la deserción escolar.

En cuanto a la familia, ambos géneros de adolescentes relacionan el consumo de drogas principalmente con la desatención de los padres y los problemas en la familia, lo que identifican con claridad en los promocionales narrados.

Por su parte, algunos hombres narran que sus padres sólo les dicen que no consuman, pero ellos saben que sus padres son consumidores de drogas. Creen además que no hablan mucho del tema por temor, pero que es algo que deberían hacer.

En los promocionales, ambos géneros de adolescentes encuentran representada la actitud de los padres ante el consumo de los hijos; al respecto explican que la actitud de los padres en su colonia va a depender del tipo de padres que sean, que pueden ser llamadas de atención, golpes y hasta correrlos de la casa o apoyarlos para que dejen el consumo. Los hombres explican que la indiferencia puede ser interpretada como falta de interés. Ellos mismos resaltan la gran importancia que tiene la figura de la madre para los consumidores de drogas.

Los adolescentes identifican en los promocionales la invitación para el

consumo de drogas por parte de los amigos. En sus explicaciones resalta el hecho de que la presión de los amigos entre los hombres es más fuerte, ya que buscan ser parte del grupo.

Los mensajes de los amigos consumidores para los hombres son considerados como fuente de información sobre los efectos evasivos de las distintas drogas. Para las mujeres son experiencias para evitar el consumo.

Algo que resalta en los discursos de las mujeres adolescentes sobre los promocionales es la recordación que hacen del sentimiento de culpa por no haber evitado o ayudado a los consumidores, lo que no es mencionado por los hombres.

Parece que las mujeres son más receptivas a los mensajes preventivos de las familias a nivel de recordación y de apropiación y son menos vulnerables a la presión del grupo. Pero perciben en mayor medida el sentido de responsabilidad por los otros.

La recordación de los mensajes que hicieron los adolescentes coincide con la temática que manejan éstos, ya que enfatiza sobre todo los factores de riesgo que son las situaciones que propician el consumo de drogas ilegales.

Las actitudes de los padres ante el consumo de drogas de los hijos que se presentan en los promocionales coinciden con las opiniones de los adolescentes sobre el tema. En estas situaciones, la figura del padre es la

que resuelve adecuadamente, en tanto que las madres se presentan en forma pasiva y autorecriminatoria.

En los promocionales se difunden como causas del consumo de drogas con mayor frecuencia la invitación de los amigos y la curiosidad, lo que es mencionado por los adolescentes, pero ellos ponen más énfasis en los problemas familiares.

Los adolescentes, al igual que en los promocionales, le dan una gran importancia a la decisión personal del consumo en última instancia, lo que lleva a la postura de culpar a la víctima, que consiste en considerar a los otros factores implicados en la presencia del problema como secundarios.

Las opiniones de ambos géneros de adolescentes sobre la influencia de las campañas entre los adolescentes coinciden en los siguientes aspectos:

- Cuando un joven es adicto, los mensajes no tienen impacto
- Los mensajes engañan, ya que buscan hacer creer que dejar el consumo es fácil
- En las situaciones en las que se promueve el consumo de drogas ilegales, los promocionales no son significativos
- No provocan interés en los adolescentes

Los discursos de los padres de familia sobre las drogas ilegales y su consumo

En el discurso de los padres que es mencionado por las mujeres relacionan la diversión y el peligro con el consumo de drogas ilegales entre los adolescentes en los siguientes términos: asistir a fiestas, pasar mucho tiempo fuera de casa y tener amigos consumidores de drogas.

Las adolescentes refieren que sus padres buscan prevenir el consumo de drogas evitando que frecuenten amigos que usen drogas, lo que es cuestionado por ellas, al igual que la actitud que toman al abordar el tema.

En general, los mensajes de los padres de familia y de las campañas preventivas son similares, y se concluye que los adolescentes poseen mayor información sobre el tema, sobre todo los hombres.

Esto puede hacer suponer que el diseño de las campañas preventivas tiene una visión adulta y conservadora del consumo de drogas ilegales, lo que encuentra aceptación entre los padres de familia de la zona investigada.

Influencia del contexto socioeconómico en el que habitan los adolescentes en sus creencias y opiniones, según género

Los adolescentes entrevistados habitan un medio socioeconómico clasificado como bajo, donde, de acuerdo con las investigaciones previas, se presenta mayor consumo de drogas ilegales. Esta conducta de uso y venta de drogas es calificada por adolescen-

tes e informantes de la colonia como cotidiana entre sus habitantes.

Desde una visión del constructivismo social, se analizaron los aspectos sociales que interactuaron con los adolescentes para que construyeran su visión sobre los mensajes preventivos del consumo de drogas ilegales que se transmitieron a través de la televisión; también se analizaron sus narraciones discursivas sobre el tema, las que a su vez son construcciones de dichas interacciones sociales.

En virtud de que la principal forma en la que el ser humano puede expresar sus recuerdos es a través del discurso y que «recordar es un medio de recapitular experiencias pasadas para enfocarlas sobre la continuidad de una acción» (Giddens, 1995: 84), podría decirse que al buscar recordar algo se busca rescatar el pasado para utilizarlo en el presente.

La descripción de algún hecho pasado a través del discurso se puede explicar con el modelo de estratificación del agente de Giddens, en donde se habla de que el agente registró reflexivamente la acción en cuestión, a la vez que le proporcionó una explicación teórica de las razones por las cuales se presentó para ser capaz de recordarla. Esto se aplicó en el sentido de que los adolescentes registraron la transmisión de mensajes preventivos de drogas a través de la televisión y ellos mismos aplicaron una explicación del conte-

nido y de los motivos por los que se presentaron.

Esta misma idea, pero desde la visión de la comunicación, es expuesta por Thompson (1998) al hablar de la recepción de los mensajes que transmiten los medios de comunicación, lo que, adaptándolo a la recepción crítica que hacen los adolescentes sobre los mensajes preventivos difundidos por televisión, se puede suponer que ellos llevan a cabo un proceso de interpretación, para poder darle sentido, tomando como teoría explicativa sus supuestos y expectativas sobre el tema.

De esta forma, los discursos que hacen los adolescentes entrevistados sobre los promocionales de las campañas preventivas del uso de drogas ilegales que presentó la televisión a nivel de recordación, de comentario u opinión sobre el contenido del mensaje, se pueden considerar como formas de apropiación por los adolescentes. Para llevar a cabo este proceso de apropiación, los adolescentes rescataron los aspectos significativos del mensaje y lo expresaron a través del discurso.

Los conceptos de recordación y apropiación son incluidos en el de recepción, por lo cual este último se aplica en la totalidad de la explicación, al considerar a los adolescentes como receptores activos de todos los mensajes que reciben.

Lo que los adolescentes consideraron como significativo de cada men-

saje fue seleccionado en función de sus teorías o supuestos previos sobre el tema que fueron adquiridos de su entorno cercano. En este caso se investigó lo que los adolescentes recordaron de los mensajes que los padres y amigos les transmiten, así como sus propias concepciones sobre el consumo de drogas ilegales en su entorno.

Haría falta en este proceso explicativo incluir el resto de interacciones que los adolescentes llevan a cabo con el medio en el que se desarrollan y que hacen posible que se presente determinada apropiación de los mensajes, ya que el discurso narrativo expuesto se encuentra cargado de la significatividad de lo que rodea a los sujetos participantes en el estudio y a la sociedad en un momento determinado, lo que sería buscar comprender el discurso de los adolescentes como práctica social.

En este sentido se encontró que existe un consumo de drogas ilegales en la colonia, lo que puede considerarse histórico, ya que desde sus orígenes la zona estudiada es reconocida por sus habitantes como espacio en el que dicha práctica se presenta, aunque se ha modificado la forma de consumo y el tipo de droga.

Se identifica como más consumidores a los hombres jóvenes, quienes son también quienes poseen mayor información sobre el tema en comparación con las mujeres y con los adultos no consumidores del lugar.

En los promocionales se presenta a las mujeres madres de familia en una posición pasiva; es el hombre quien decide, en tanto que en la realidad cotidiana de la zona investigada el 20% de los hogares son encabezados por mujeres, además de que los hombres resaltan la importancia de la figura de la madre como apoyo para evitar el consumo de drogas.

PREGUNTAS QUE SURGEN PARA LA INVESTIGACIÓN FUTURA

Al cerrar esta investigación surgen, a la vez que intentos para responder las preguntas que la guiaron, preguntas que pudieran servir para llevar a cabo otros estudios más específicos sobre las siguientes interrogantes: ¿En qué medida los promocionales están reproduciendo estereotipos de la drogadicción? ¿Cómo contribuye la construcción de las campañas a favorecer las desigualdades sociales en virtud de la estigmatización que hace del estrato socioeconómico bajo?

De igual forma, hace falta llevar a cabo un estudio similar en otros estratos socioeconómicos en el que se investigue la misma construcción que en el estrato bajo para comprobar la hipótesis de la distinta construcción por estrato socioeconómico.

RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS PREVENTIVAS

Estos resultados buscan dar pistas sobre los diferentes aspectos que se pueden considerar al diseñar mensajes preventivos del uso de drogas ilegales dirigidos a adolescentes de estratos bajos. Estas pistas se enfocan para que los promocionales que se diseñen para los adolescentes de estrato socioeconómico bajo proporcionen mayor información sobre el objetivo que persigue cada promocional y para considerar en su contenido otros factores que ellos mencionaron como más importantes.

Además, se sugiere que se supere la explicación psicologista del fenómeno adictivo que actualmente domina, el cual refuerza la idea de que las causas por las cuales los adolescentes se inician en el consumo de drogas es, en última instancia, una responsabilidad individual, ya que a pesar de que en el discurso oficial se habla de una propuesta sociocultural de comprensión del fenómeno adictivo, en la práctica su aplicación es utilizada sólo en algunas de las campañas estudiadas.

Asimismo, es importante que se incorporen en los promocionales la idea de la equidad de género y para representar y promover el apoyo social y para la búsqueda de identificación de los adolescentes.

BIBLIOGRAFÍA

PALACIO-MEJÍA, L.S., G. Rangel-Gómez, M. Hernández-Avila, E. Lazcano-Ponce, «Cervical Cancer, a Disease of Poverty: Mortality Differences Between Urban and Rural Areas in Mexico», en *Salud Pública de México*, vol. 43, supl. 3, 2003, p. S315-S325

BALANZARIO LORENZANA, Mario C., y Alma D. Gutiérrez López, «El consumo de sustancias psicoactivas entre la población femenina atendida en tratamiento en Centros de Integración Juvenil (1990-1997)», en *Con ganas de vivir... Una vida sin violencia es un derecho nuestro*, PNUFID, México, 1998

BURR, Vivien, «*An Introduction to Social Constructionism*», Gran Bretaña, 1996

CABALLERO, Ramiro, Eduardo Madrigal de León, Alfredo Hidalgo San Martín, y Alberto Villaseñor, «El consumo de tabaco, alcohol y drogas ilegales en los adolescentes de distintos estratos socioeconómicos de Guadalajara», en *Salud Mental*, núm. 4, agosto, México, 1999

CASTRO SARIÑANA, Ma. Elena, «El impacto del uso y abuso de sustancias tóxicas en el estilo de vida de las mujeres: estudio psicosocial de casos», en *Con ganas de vivir... Una vida sin violencia es un derecho nuestro*, PNUFID, México, 1998

CECAJ-SSJ, «Sistema de Vigilancia Epidemiológica de las Adicciones», en Jalisco, México, 2000

CECAJ-SSJ, «Síntesis de la Encuesta Nacional de Adicciones 2002», en *El consumo de drogas en México*, México, 2004

Centros de Integración Juvenil (CIJ), *Ajuste psicosocial y consumo de drogas*, México, 1999

CHÁVEZ DE SÁNCHEZ, María Isabel, *et al.*, *Drogas y pobreza*, México, 1986

Diario Oficial de la Federación, «Norma Oficial Mexicana para el fomento de la Salud del Escolar (NOM-009-SSA2-1993)», México, 1994

Diario Oficial de la Federación, «Norma Oficial Mexicana para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones», México, 2000

FAIRCLOUGH, Norman, «A Social Theory of Discourse», en *Discourse and Social Change*, Great Britain, 1994

GIDDENS, Anthony, «Elementos de la teoría de la estructuración», en *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, Argentina, 1995

GLASER, Barney G., and Anselm L. Strauss, «Capítulos I y II», *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, New York, 1967

JENSEN, Klaus Bruhn, «Sources of Social Semiotics», «A New Theory of Mass Communication: Constituents of Social Semiotics», «The Politics of Polysemy: Context Constituents of Social Semiotics», en *The Social Semiotics of Mass Communication*, London, 1995

KITZINGER, Jenny, «Media Impact on Public Beliefs About Aids», in *The Circuit of Mass Communication*, Great Britain, 1998

MATSUÍ SANTANA, Osmar, Margarita Sánchez Sucilla, *et al.*, *Uso de sustancias psicoactivas en estudiantes de educación media del estado de Jalisco*, México, 2000

MORENO FIGUEROA, Mónica G., «La ordenación del mundo o de jóvenes, género y adicciones o de lo que menos has de querer, en tu casa lo has de tener», en *Con ganas de vivir... Una vida sin violencia es un derecho nuestro*, PNUFID, México, 1998

MORGAN, D.L., «Planning for Focus Groups», en *Focus Groups as Qualitative Research*, Newbury Park, 1998

ROSAS TAPIA, Elizabeth, «La cara femenina del fenómeno de la farmacodependencia. Un acercamiento. Reflexiones sobre las experiencias de investigación en la acción», en *Con ganas de vivir... Una vida sin violencia es un derecho nuestro*, PNUFID, México, 1998

Secretaría de Educación Pública, *Encuesta nacional sobre el uso de drogas entre la comunidad escolar (ciclo 1991-1992)*, Jalisco, 1993

Ssa-Conadic, *Encuesta nacional de adicciones 1998*, México, 2000

THOMPSON, John B., «La metodología de la interpretación», en *Ideología y cultura moderna*, México, 1998

ROSALBA RUIZ SOLÍS

Es maestra en comunicación por la Universidad de Guadalajara y encargada de procesos de evaluación de programas educativos en la Universidad del Valle de Atemajac, Guadalajara.

JOSÉ RAMIRO CABALLERO HOYOS

Es doctor en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara y CIESAS de Occidente e investigador de tiempo completo en la Unidad de Investigación en Epidemiología Clínica del IMSS, delegación Colima.

 rchsurr@gmail.com