

3. Hay alguna materia escolar en la que hayan abordado el tema de las drogas.

Conocer si la escuela contribuye con el conocimiento de este problema social en una comunidad de alto riesgo y les proporciona a sus alumnos herramientas para rechazar las drogas cuando están frente a ellas, es una variable muy conveniente a incluir. En una comunidad de este tipo, la escuela juega un papel importante y puede incluso ser ahí en donde se implemente el programa social de mayor relevancia para combatir la farmacodependencia, ya sea de manera directa a través de los maestros de la escuela, o bien, mediante invitados de diversos organismos que asistan periódicamente a hablar sobre el tema. Además, con lo anterior se tendrá un panorama general del entorno escolar y la forma en que le están dando su lugar al combate a las drogas entre sus alumnos.

4. Conocimiento específico de las drogas de este estudio: inhalantes, marihuana y cocaína.

Conviene saber qué tanto conocen de estas drogas, si están enterados de manera general sobre la forma en que pueden presentarse y si cuentan con los argumentos para rechazarlas, además si conocen los daños que pueden causar a la salud este tipo de sustancias. En este momento se puede reforzar la forma en que se enteraron de la existencia de estas drogas y verificar su respuesta con la pregunta inicial sobre su conocimiento del término.

5. Cuáles son las causas que ellos consideran que pueden motivar a una persona a consumir drogas.

Quizá esta resulte una pregunta proyectiva, hablando en tercera persona pueden exteriorizar más fácilmente algunos sentimientos que ellos considerarían propicios para recurrir al consumo de drogas. El conocer su punto de vista al respecto, puede ser una forma de que más adelante, cuando se hable de los anuncios de televisión que tratan el tema de la farmacodependencia, se refuercen algunas actitudes y sentimientos que presentan los protagonistas de los mismos y sea esto un buen indicio para la identificación con una comunidad con este perfil y de alto riesgo en el consumo de drogas.

6. Percepción que tienen de la farmacodependencia.

En su escaso o extenso conocimiento de la farmacodependencia, es importante detectar cómo la tienen clasificada: vicio, enfermedad, placer, moda, diversión, escape, aceptación. Lo anterior contribuirá a conocer la percepción que los menores tienen de ella y si la persona o el medio por el que se enteraron fue lo suficientemente explícito o veraz en su información, ya que dependiendo de esto, su visión del consumo de drogas puede ser muy diversa.

7. Qué sugieren ellos para que un farmacodependiente supere su adicción

Esto puede ayudar a que los menores exterioricen sus conflictos o problemas personales que en un momento dado pudieran orillarlos a consumir drogas y después buscar una salida; es ponerse en los zapatos de un farmacodependiente. Independientemente de su percepción, pueden dar ideas para no usar drogas o, si ya se está dentro, para dejar esa dependencia.

Es quizá buscar la forma de penetrar un poco en su entorno, que discutan sobre problemas o formas de vida que diariamente encuentran a su alrededor y que a su juicio serían motivo suficiente para llegar al consumo de drogas. Todo esto puede desembocar en una lluvia

interesante de ideas a incluir en los programas sociales y campañas de comunicación en contra de las drogas.

8. Qué creen ellos que se está haciendo para combatir la farmacodependencia.

Si este grupo de menores pertenece a una comunidad de alto riesgo en el consumo de drogas, es válido pensar que de alguna forma conocen el problema y están inmersos en esa realidad. Interesa conocer su opinión sobre lo que ellos detectan que hace cualquier tipo de organismo, medio masivo o grupo comunitario; saber si sienten que son tomados en cuenta, que son atendidos, que se busca una solución a sus problemas, entre los que se encuentra el de la farmacodependencia; aunque definitivamente no sea el único, quizá éste sea sólo una consecuencia de otros tantos a los que no se ha prestado atención y que dentro de los programas preventivos pudiesen incluirse para, de manera indirecta, atacar también el consumo de drogas.

3.1.2. Cercanía para con inhalantes, marihuana y cocaína

A través de esta categoría se quiere conocer la accesibilidad que tienen los menores a estas drogas, ya sea por medio de la familia, de amigos, en la escuela o de alguna otra manera.

1. Forma en que se han enterado de la existencia de inhalantes, marihuana y cocaína.

Es muy probable que al mismo tiempo en que se plantee la variable de la forma en que se enteraron de las drogas, vista en el punto anterior, mencionen las drogas que conocen y entre ellas se encuentren las aquí mencionadas. Pero no sobra reforzar esta variable y hacerla más específica en este punto, dado que al preguntar directamente sobre las drogas que conocen se tendrá una noción más amplia y con esto muy posiblemente se pueda determinar su cercanía para con éstas, además ayudará cuestionar sobre el conocimiento físico de las mismas.

2. Han sido invitados a probar alguna de estas sustancias, cómo reaccionaron.

El llegar a recibir una invitación para usar drogas implica cercanía hacia ellas, de alguna forma su presencia se encuentra dentro del entorno, ya sea con la familia, los amigos, en la escuela dentro o fuera, por lo que puede tratarse de un desconocido que está a la caza de menores curiosos y vulnerables que acepten la invitación a probar.

De haber recibido alguna invitación a probar estas u otras drogas, interesa conocer la forma en que reaccionaron para saber hasta qué punto cuentan con las herramientas para verdaderamente decir “no a las drogas”; en el caso de que no hayan recibido invitación a probarlas, también es válido saber la forma en que ellos consideran que podrían evadirse de la situación.

3. Deseo de probar alguna de estas sustancias.

Es difícil que los menores respondan sinceramente a esta pregunta, principalmente por temor a quedar en evidencia, es posible que se logre establecer una buena comunicación y confianza con estos sujetos de estudio y quizá manifiesten su sentir, aunque no se puede insistir mucho sobre este tema ya que no se pretende generar con este estudio el deseo en ellos de probar drogas.

Sin embargo, siendo una variable interesante, se podrá verificar al incluir una variable más adelante que habla sobre los personajes que participan en los comerciales en contra de las drogas, además de otra más que plantea la curiosidad por probar drogas.

4. Tienen algún familiar o conocido que use drogas.

Es otra variable escabrosa, pero con sentido para el estudio, por lo que se buscará la forma de plantearla tratando de obtener una respuesta verídica que no perjudique a nadie. Viene a reforzar la cercanía del menor para con las drogas, así como a presentar un panorama general del entorno en el que vive.

3.1.3. Programas sociales y campañas de comunicación conocidos por los adolescentes entre 10 y 12 años

Saber cuál o cuáles programas que actualmente buscan prevenir y combatir la farmacodependencia, son conocidos por este segmento de la población, es el objetivo de esta categoría.

1. Qué programas sociales y campañas de comunicación en contra de las drogas conocen y recuerdan.

Es una variable de relevante importancia para los fines de este estudio y, como las anteriores, contribuirá de manera significativa en la verificación de las hipótesis planteadas. Si se trata de conocer la opinión e influencia que los programas sociales y campañas de comunicación en contra de las drogas ejercen sobre los menores de este segmento de la población, es decisivo saber primero cuáles de éstas son conocidas y recordadas por ellos, por lo que sobra dar más explicaciones respecto a la justificación de esta variable.

2. Alguien ha visitado su comunidad o escuela para hablarles de las drogas y sus problemas.

Es una forma de saber qué se está haciendo específicamente en esa comunidad para combatir la farmacodependencia y qué opinión tienen ellos de este tipo de programas, qué recuerdan de ellos, cuál fue el mensaje principal, si fue de su agrado la forma en que se presentó el programa o les pareció aburrido.

En el caso de que exista algún programa en contra de las drogas que hayan recibido en su escuela, será muy interesante conocer su opinión, pero de no existir, también pueden sugerir cómo les gustaría que éste se les presentara para que les resulte atractivo y presten su total atención y seguimiento a él.

3. Qué anuncios en televisión, radio o prensa que hablen sobre este tema recuerdan.

Otra variable básica para este estudio, que mencionen espontáneamente todo lo que hayan visto, escuchado o leído a través de los medios masivos de información que hable de este tema y que expresen lo que recuerdan de esta publicidad. Qué es lo que les agrada y qué les desagrada, en general cuál es su opinión de la forma en que se les presentan, en qué horario la han visto y si consideran que esto puede ayudar para que ellos aprendan a decir realmente “no a las drogas”.

#### 4. Opinión de los protagonistas de estos anuncios.

Saber cómo perciben la vida de los protagonistas de las campañas en contra de las drogas difundidas en medios masivos y además la imagen que les proyectan el resto de los personajes (familia, amigos, etc.), puede dar una orientación sobre su visión de la farmacodependencia y reforzar mediante esta variable algunas actitudes, inquietudes o curiosidades con respecto al uso o abuso de drogas que se han mencionado de alguna forma en variables anteriores.

Además el conocer si se sienten identificados con alguno(a) de los protagonistas, con cuál y por qué, cómo creen que sea la vida bajo estas circunstancias, qué opinan del resto de los actores del comercial, si la atención que reciben los protagonistas que usan drogas es la clase de atención que a ellos les gustaría recibir en su vida, son algunas de las cuestiones de interés.

#### 3.1.4. Entorno

Esta categoría se refiere al conocimiento del entorno familiar, escolar y social de los menores entre 10 y 12 años de edad que habitan en Fomerrey 116; con esto se pretende analizar si los programas sociales y campañas antidrogas difundidos actualmente en esta población, pueden posicionarse eficazmente. Se relaciona de manera estrecha con el problema de investigación porque es una forma más de conocer el perfil de la población meta.

##### 1. Actividades que realizan de manera individual, grupal y familiar.

Los pasatiempos y actividades de su diario vivir son una referencia de peso para conocer el entorno en el que se encuentran. Además esta información puede contribuir a formar un concepto general del medio ambiente en el que se desarrollan los menores de este estudio; al conocer lo anterior, será posible sustentar de manera más objetiva cualquier programa social o campaña de comunicación en contra de las drogas, dirigido a este segmento de la población, para abordar así sus intereses, formas de vida y llegar a presentarles una comunicación que sea adecuada a ellos.

##### 2. Personajes y programas de televisión que más les atraen.

A esa edad siempre hay un personaje al que admiran, con el que se identifican y quisieran ser como él; es importante conocer cuáles son las figuras públicas: cantantes, actores, actrices, comediantes, periodistas, locutores o dibujos animados, que reúnen estas características para la población meta de este estudio y qué es lo que encuentran en ellos que los hacen ser de su especial agrado. Conociendo lo anterior se pueden incluir personajes con características similares en campañas preventivas o testimoniales que busquen combatir, en este segmento, la farmacodependencia.

En cuanto a los programas de televisión que más les atraen, esta información puede enriquecer el estudio al conocer la temática de los programas televisivos que ellos acostumbran ver, qué mensaje reciben de éstos, en qué horario ven televisión y por lo tanto es el mejor momento para dirigir campañas a esta población.

3. *Pasatiempos que actualmente no tienen y que les gustaría tener.*

Además de conocer las actividades y pasatiempos que actualmente tienen, es importante indagar sobre aquellos que les gustaría poder realizar y que por diferentes circunstancias no son accesibles a ellos. Conocer sus aspiraciones y expectativas en este aspecto de sus vidas es importante para que también sean creados programas sociales que busquen la forma de que ellos se sientan realizados dentro de su entorno, lo encuentren satisfactorio y piensen que hay motivos suficientes para permanecer alejados de las drogas, finalmente esto también es prevención.

4. *Responsabilidades y tareas que tienen que cumplir en su casa para ayudar a su familia.*

El nivel de responsabilidades que les son asignadas por sus padres es una forma de conocer el entorno en el que se desenvuelven, las carencias que pudieran tener en el plano familiar, por las que ellos también son responsables a pesar de su corta edad y deben ayudar a buscar la forma de salir adelante. Es así como en ocasiones los menores buscan evadir su realidad, dado que las actividades adicionales a las de la escuela, cuando aún se encuentran dentro de ella, no son las apropiadas para su edad y muchas veces sólo son causantes de sus malas calificaciones y posteriormente de una deserción escolar definitiva que los orilla a permanecer carentes de preparación para enfrentar la vida bajo mejores circunstancias.

5. *Tienen confianza y una buena comunicación con sus padres para hablar sobre el tema de las drogas.*

Esta variable puede ayudar a medir su entorno familiar, si lo consideran agradable, si hay comunicación y confianza para interactuar con sus padres o si es hostil y falta de armonía y sensibilidad para tratar temas de este tipo. El entorno familiar es altamente influyente para definir la conducta de las personas, aunque no es determinante, como ya se ha visto en la teoría sobre este tema. Sin embargo, es importante conocer cómo se sienten respecto a sus padres y además esto contribuirá de alguna forma en el conocimiento de su entorno y perfil de la comunidad.

6. *Confianza con sus padres para comunicarles lo que están viviendo.*

La relación que mantienen con sus padres es fundamental para determinar si pueden o no establecer una comunicación de confianza con ellos y tener la certeza de que pueden hablarles de cualquier problema que se les presente. Es en la adolescencia cuando esta comunicación se vuelve más difícil, el adolescente está en contra de sus padres y en ocasiones los ve como enemigos; esto puede ocasionar que busquen en la calle y con sus amigos la confianza que no encuentran dentro de casa.

7. *Confianza con su maestro(a) para comunicarles lo que están viviendo.*

Es el mismo caso de la variable anterior, pero en el plano escolar. Es en la escuela donde los menores pasan gran parte de su tiempo y el maestro o maestra es el equivalente a sus padres en la casa. Por lo tanto esta variable permite profundizar en el entorno escolar en el que se desenvuelven y saber si sienten que hay una relación armoniosa y de confianza con sus maestros para exteriorizarles algún problema de cualquier tipo que pudiera estar causando en ellos alguna inquietud, especialmente en esa etapa tan vulnerable de sus vidas.

8. Confianza con sus amigos para comunicarles lo que están viviendo.

En esta edad, los amigos son su principal refugio la mayoría de las veces; tienen un grupo, pandilla, banda o como se le quiera llamar, al que pertenecen o quisieran pertenecer y por estar ahí son capaces de hacer cualquier cosa, sobre todo cuando no están muy seguros y contentos con ellos mismos. Definitivamente como en todos los entornos hay buenas y malas compañías y es decisión del adolescente mismo elegir sobre cuáles se inclina, se identifica y manifiesta su confianza y lealtad. Seguramente a esta edad todos dirán que tienen confianza con algún o algunos de sus mejores amigos, pero falta por comprobar si se trata de una relación benéfica para el menor. Esta variable dará a conocer el entorno social del menor y si se manifiesta satisfecho con sus amistades.

9. Qué es para ellos un problema difícil de platicar y de resolver.

En su vida diaria seguramente se enfrentan a diferentes circunstancias que en ocasiones crean problemas en ellos, quizá éstos son intrascendentes para otros segmentos de la población, pero para ellos son determinantes y pueden marcar su existencia. Conocer su concepción de un problema difícil de platicar y de resolver y cuál o cuáles podrían ser estos, proporcionará una idea de su visión con respecto a las diferentes situaciones que pueden vivir en su entorno y que, para algunos son situaciones normales de la vida diaria, mientras que para otros pueden ser graves problemas a resolver.

3.1.5. *Variables de interés con informadores clave*

A través de este grupo de personas se puede reforzar y complementar el conocimiento obtenido sobre el entorno además de la forma en que son captadas las campañas de comunicación en contra de las drogas por los habitantes de esa comunidad.

1. Antecedentes y formación de la colonia.

Los informadores clave pueden proporcionar datos sobre los inicios de la colonia, de dónde proviene la mayoría de sus habitantes, a qué se dedican, en cierta forma un aspecto general de este entorno en el que ellos, por el papel que desempeñan, pueden tener conocimiento integral y a la vez específico dentro de su área. Seguramente ellos viven muy de cerca la problemática de los habitantes de la colonia, sus principales necesidades, oportunidades, amenazas y quizá la forma en que ellos visualizan que se podría lograr un mayor bienestar de la comunidad.

2. Opinión de influencia de campañas de comunicación en contra de las drogas sobre los menores entre 10 y 12 años de esa comunidad.

Desde su percepción muy particular, conocer cómo consideran ellos que las campañas de comunicación en contra de las drogas influyen en este segmento de la población y si en algo contribuyen para prevenir o erradicar el uso y abuso de drogas entre los jóvenes de Fomerrey 116.

3. Índices de farmacodependencia en la población meta y programas de prevención y combate implementados.

A través de informadores clave se puede conocer este dato de la comunidad y detectar lo que se está haciendo de manera directa para prevenir y combatir la farmacodependencia,

si es que se cuenta con un programa específico y, de ser así, los resultados que se han obtenido con el mismo.

### 3.2. Metodología

Una vez presentada la investigación documental que comprende el marco teórico, es necesario realizar el estudio descriptivo de Fomerrey 116, el cual permitirá conocer de manera precisa la situación que prevalece en esa colonia, además de “jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas o estrategias operativas, conocer las variables que se asocian y señalar los lineamientos para la prueba de las hipótesis” (Rojas, 1995:33).

Con el fin de conocer lo anterior, fue necesario utilizar una metodología tanto cualitativa como cuantitativa que permitiese analizar la situación de la farmacodependencia en esta zona desde diversos puntos de vista, pero sobre todo y con mayor profundidad en la opinión de la población meta, menores entre 10 y 12 años, pertenecientes a la Escuela Primaria Federal Emiliano Zapata de esa colonia, entre quienes se aplicaron ambas metodologías para obtener por un lado profundidad en las opiniones a través de los grupos de enfoque y por el otro representatividad de las mismas, mediante el cuestionario. Para el resto de las fuentes: informadores clave de Fomerrey 116 y organismos gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en el combate a la farmacodependencia, la información se obtuvo mediante una entrevista única y semidirigida.

La utilización de ambas metodologías, cualitativa y cuantitativa en el grupo de menores, permite complementar el conocimiento de esta población meta, en la que se busca analizar de manera integral el efecto que pudieran tener las actuales campañas de comunicación en contra de las drogas, por lo que es necesario profundizar en ciertos aspectos tales como su opinión acerca de este tipo de programas de prevención, la forma en que sugieren podrían ser éstos para que llamaran más su atención, cómo es su vida familiar, su entorno, etc., aspectos que de manera cualitativa pueden ser abordados con mayor profundidad, por lo que se recurrió a los grupos de enfoque.

Debido a que también interesa conocer porcentajes que describan la percepción que estos menores tienen de los mensajes difundidos de manera masiva para prevenir el consumo de drogas, la identificación que pudieran tener con los personajes que ahí actúan, la actitud que muestran hacia su pertenencia a la colonia que habitan y la familia de la que forman parte, etc., es que se utilizó el cuestionario como método cuantitativo.

Se trata de buscar el complemento entre ambas metodologías para este segmento de la población, que representa el motivo principal de este estudio. Como afirma López (1996:105-106) respecto a que ya no existe la vieja distinción investigación exploratoria-cualitativa e investigación verificatoria-cuantitativa, aunque la convergencia no excluye las inevitables diferencias y cada una tiene su razón de ser. Es con el afán de complementar información, sin excluir la obtenida de manera cuantitativa sobre la cualitativa, o viceversa, que se recurre a ambas metodologías.

El cuestionario y la entrevista son instrumentos que pueden emplearse para levantar una encuesta (Münch y Ángeles, 1998:55; Rojas, 1995:153); “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (Sampieri y otros, 1997:285). En el cuestionario aplicado a la población meta, menores entre 10 y 12 años de edad, las preguntas se realizaron de manera cerrada, predominaron las de respuesta dicotómica, aunque también se utilizaron algunas de opción múltiple (Anexo 1). El objetivo principal del cuestionario fue tener la opinión de una muestra representativa de la población meta, sobre diversas situaciones de su entorno así como el conocimiento e identificación que tienen de las diversas campañas de comunicación en contra de las drogas.

De esta misma población meta, menores entre 10 y 12 años de edad, se obtuvo además información cualitativa mediante grupos de enfoque, también conocidos como estudios dirigidos de grupo o sesiones de grupo. Aaker y Day (1985) presentan la siguiente definición del método de estudios dirigidos de grupos:

En este método el énfasis recae sobre la interacción de grupo cuando se centra sobre una serie de temas introducidos por un moderador. A cada participante de un grupo de cinco a nueve o más personas, se le estimula a expresar sus puntos de vista sobre cada tema y extenderse o relacionar ante los puntos de vista de los otros participantes. Los objetivos son similares a los de las entrevistas a profundidad no preparadas, pero el moderador representa un papel más pasivo que el entrevistador (Aaker y Day, 1985:82).

Por su parte, Mercado (1995:186), dice que el propósito de las sesiones de grupo es “descubrir los pensamientos, sentimientos y emociones de los individuos, lo que quieren, lo que piensan... La discusión de grupo puede ser enfocada como la individual sobre una experiencia concreta”. Además Deslauriers manifiesta respecto a los grupos de enfoque lo siguiente:

Este género de entrevistas presenta muchas ventajas: el grupo permite a las personas reflexionar, recordar cosas olvidadas que no serían recordadas de otra manera, el grupo actúa como auto-corrector permitiendo a la persona modificar su juicio y dar una opinión más sutil, el grupo puede recrear un tipo de microcosmos social en donde el investigador puede identificar los valores, los comportamientos, los símbolos de participantes (Deslauriers, 1991:4/tr).

En el caso de este estudio, era necesario conocer a profundidad la opinión de los menores sobre las campañas de comunicación en contra de las drogas y algunos aspectos de su entorno y forma de vida; se pensó que la experiencia del grupo podría resultar más enriquecedora y quizá con menos intimidación para un menor de esta edad frente a una entrevista individual, por lo que se eligió esta metodología como la mejor para cubrir el aspecto cualitativo de la investigación, se elaboró una guía de temas (Anexo 2) y se procedió a su realización.

Con respecto a las entrevistas, éstas se realizaron de manera individual, semi-dirigidas y únicas, es decir, una sola entrevista por persona, tanto con informadores clave de Fomerrey 116, así como con representantes de organismos gubernamentales y no gubernamentales que combaten la farmacodependencia. Dentro del grupo de los informadores clave se incluyen: maestros de la misma escuela, juez de barrio, médico de la colonia, representante del ministerio público del área, la secretaria y el sacerdote de la parroquia Cristo Evangelizador ubicada en esta colonia. Por el lado de los organismos se entrevistaron y obtuvo información a través de sus diversas publicaciones, de los siguientes: Secretaría de Educación, Secretaría



de Salud, Desarrollo Integral de la Familia, Centros de Integración Juvenil, Fundación Azteca, Unidos en la Prevención de Adicciones y Remar México.

Los informadores clave fueron divididos en dos segmentos y de esta forma se realizaron entrevistas diferentes para cada uno de ellos. Por un lado se entrevistó a maestros de cuarto, quinto y sexto de primaria de la misma escuela Emiliano Zapata, así como a los directores del turno matutino y vespertino, entre quienes se aplicó un tipo de entrevista (Anexo 3); por otro lado se diseñó una guía de temas diferente para la entrevista que se realizó entre el resto de los informadores clave de Fomerrey 116 (Anexo 4). Los datos proporcionados por estos actores sociales contribuyen en gran medida al marco de la investigación, ya que proporcionan una fuente importante de datos al ser ellos quienes tienen un mayor conocimiento del entorno a estudiar.

Los informadores clave ofrecen principalmente informaciones sobre la realidad social con el fin de reconstituir una cultura en su totalidad. La técnica del informador clave está entonces bien adaptada, ya que la colecta de informaciones cualitativas sería más difícil por métodos más rígidos. Tremblay precisó los criterios de elección de los informadores: su papel en la comunidad, su grado de conocimiento, su grado de colaboración, su aptitud a comunicar y su imparcialidad (Tremblay, 1968:345)<sup>32</sup>

Para fines de descripción, la entrevista es definida como “un método de investigación científica, que utiliza un proceso de comunicación verbal, para recoger unas informaciones, en relación con una determinada finalidad” (Grawitz, 1984:188). De manera semi-dirigida, Patton (1980:200-201)<sup>33</sup> dice que ésta se basa en “una guía de entrevista, con un cierto número de preguntas principales que sirven de puntos de orientación; el entrevistador puede ir más allá de las preguntas hechas, al mismo tiempo que se asegura de tener las mismas informaciones”. De acuerdo con estas definiciones, se elaboró una guía de preguntas para realizar durante la entrevista.

Con la información recopilada se obtuvieron datos suficientes de la situación que prevalece entre los menores de Fomerrey 116, con respecto al conocimiento e impacto que pudieran estar ocasionando los programas sociales y campañas de comunicación que buscan prevenir y combatir la farmacodependencia de manera masiva y de aquellos que hayan sido implementados directamente en esta colonia.

Además, mediante la entrevista individual semi-dirigida aplicada a cada uno de los representantes de los principales organismos gubernamentales y no gubernamentales dedicados a la prevención, combate y rehabilitación de la farmacodependencia (Anexo 5); se logró conocer sus objetivos, población meta y resultados obtenidos con los programas sociales o campañas de comunicación implementados hasta la fecha, así como planes a corto, mediano o largo plazo que tienen contemplados para dar seguimiento al combate a las drogas.

<sup>32</sup> Citado por Mayer, R. y Ouellet, F. (1991:8). Tomado de traducción de Ricardo Hill.

<sup>33</sup> Citado por Deslauriers, J.P. (1991:2). Tomado de traducción de Eduardo López

### 3.3. Elección de la muestra para el estudio cuantitativo: cuestionario

Se eligió a la Escuela Primaria Federal Emiliano Zapata para realizar este estudio, por estar dentro de la colonia y por tener la mayor concentración de la población meta, el cuestionario fue aplicado entre los alumnos de cuarto, quinto y sexto grado de primaria en los turnos matutino y vespertino. Los criterios para seleccionar a los alumnos de la muestra fueron los siguientes:

- Dentro de esta escuela hay 414 alumnos, de los cuales 205 son hombres y 209 mujeres. De este mismo total, 220 alumnos están inscritos en el turno matutino y 194 en el vespertino; tal como se muestra en la siguiente tabla:

TURNO	CUARTO GRADO		QUINTO GRADO		SEXTO GRADO	
	ALUMNOS	ALUMNAS	ALUMNOS	ALUMNAS	ALUMNOS	ALUMNAS
Matutino	32	32	43	47	34	32
Vespertino	24	24	36	42	36	32
TOTAL	56	56	79	89	70	64

Si se considera que en los grupos de enfoque participarían 48 alumnos, éstos fueron excluidos del total de alumnos para obtener la muestra representativa, por lo que al restar esta cantidad a los 414 alumnos del total, el cálculo de la muestra fue con base a 366 alumnos, aplicando un 95 por ciento de confiabilidad y un margen de error del cinco por ciento, utilizando la siguiente fórmula para su determinación:

$$\frac{(1.96)^2 (.5)(.5)(366)}{(366) (.05)^2 + (1.96)^2 (.5)(.5)}$$

$$\frac{(3.8416)(.25)(366)}{(366)(.0025) + (3.8416)(.25)} = \frac{351.50}{1.8754} = \underline{187.42}$$

(Fuente: Münch y Ángeles, 1988:104)

Este tamaño de la muestra, de 187.42, fue redondeado aplicando en total 200 cuestionarios: 106 en el turno matutino (52 alumnos y 54 alumnas) y 94 en el turno vespertino (47 alumnos y 47 alumnas).

- La selección de quienes contestaron el cuestionario se realizó con las listas de asistencia de cuarto, quinto y sexto grado de primaria, fueron separados los alumnos del turno matutino de los del vespertino, así como los hombres de las mujeres; además de descartar a quienes habían resultado elegidos para participar en los grupos de enfoque. Después de haber definido proporcionalmente el número de hombres y mujeres que participarían en cada grupo para responder el cuestionario, se procedió a utilizar el muestreo sistemático, se definió como intervalo de selección el número resultante de dividir el total de alumnos o

alumnas de cada grado, entre el número de ellos que participarían en el cuestionario. Considerando lo anterior, los grupos quedaron integrados de la siguiente forma:

#### Turno matutino

GRADO	GRUPO	ALUMNAS	ALUMNOS	TOTAL
4°	A	8	7	15
	B	8	8	16
5°	A	7	7	14
	B	7	7	14
	C	8	7	15
6°	A	6	9	15
	B	10	7	17

Total de alumnos en turno matutino: 106 (54 alumnas y 52 alumnos).

#### Turno vespertino

GRADO	GRUPO	ALUMNAS	ALUMNOS	TOTAL
4°	A	7	6	13
	B	5	6	11
5°	A	7	6	13
	B	8	4	12
	C	5	7	12
6°	A	4	6	10
	B	4	6	10
	C	7	6	13

Total de alumnos en turno vespertino: 94 (47 alumnas y 47 alumnos).

El cuestionario fue diseñado considerando los objetivos y preguntas de investigación, correspondientes a información que es posible obtener de los menores entre 10 y 12 años, estudiantes de la Escuela Primaria Federal Emiliano Zapata, de Fomerrey 116. Conviene señalar que hay objetivos y preguntas que son mejor cubiertos mediante el estudio cualitativo ya que se requiere de mayor profundidad, tal es el caso del objetivo relacionado con *la forma en que podrían diseñarse las campañas de comunicación y programas sociales en contra de las drogas, para captar más su atención*. Es así como el cuestionario está mayormente orientado a cubrir los objetivos referentes a las campañas y programas sociales en contra de las drogas; así como el entorno social, familiar y educativo del menor.

#### *Objetivo orientado a campañas y programas sociales:*

- *Detectar diversas campañas de comunicación social que se han implementado en contra de la drogadicción dentro de la comunidad de estudio o bien, de manera general en forma masiva, para conocer la opinión de las mismas.*

*Pregunta de Investigación:*

- *Los programas de prevención contra la farmacodependencia, ¿son conocidos por los adolescentes entre 10 y 12 años de Fomerrey 116?*
- *¿Cuál es el impacto de estos programas sociales en el grupo de estudio?*

*Objetivo orientado al entorno social y familiar.*

*Definir el perfil de la población de estudio, para que al identificar sus intereses sobre una comunicación contra las drogas, sea posible diseñar un modelo de comunicación dirigido a ésta y otras poblaciones con el mismo perfil.*

*Pregunta de Investigación.*

*¿Cómo influye el entorno de vida en el consumo de drogas, desde una perspectiva familiar, social, educativa y medios masivos?*

## **4. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **4.1. Procedimiento de análisis e interpretación de resultados en estudio cualitativo**

Por el lado cualitativo de la investigación se realizaron seis grupos de enfoque, metodología que ya fue definida dentro del marco operativo. En dichos grupos participaron alumnos de la Escuela Primaria Federal Emiliano Zapata y se efectuaron tres en el turno matutino y tres en el vespertino, correspondientes a cuarto, quinto y sexto grado de primaria. Cada grupo estuvo integrado por ocho personas, quienes fueron seleccionadas proporcionalmente de acuerdo al número de hombres y mujeres de cada grado escolar y se eligieron antes que la muestra para el cuestionario; esto con la finalidad de tenerlos identificados y no considerarlos en la selección de los participantes para responder el cuestionario.

Se utilizó el muestreo sistemático con el apoyo de las listas de asistencia que fueron proporcionadas por el director de cada turno en esa escuela, de ahí se separaron a los alumnos de las alumnas en cada grupo para definir proporcionalmente la cantidad de ellos que participarían por grado escolar. Se definió el intervalo de selección dividiendo el total de hombres o mujeres por grupo y el número de ellos que participarían en cada grupo de enfoque. Los grupos de enfoque se realizaron en uno de los salones de la escuela, en donde los alumnos y alumnas se sentaron en círculo, el nombre de cada uno de ellos fue escrito en papel para ser ubicado visiblemente al frente de su silla; al centro de todos se colocó la grabadora de audio, después de explicarles la importancia de grabar lo tratado en la reunión, así como la confidencialidad de la información obtenida.

El diseño de la guía de temas (Anexo 2) para realizar los grupos de enfoque, fue de menos a más profundidad con el fin de romper el hielo y ganar la confianza de los participantes, quienes en su mayoría se mostraron nerviosos sobre el motivo de la reunión y el porqué fueron ellos seleccionados y no algún otro de sus compañeros de grupo, nerviosismo que conforme avanzó la reunión disminuyó para en el momento de abordar el tema de conocimiento de drogas y de campañas y programas sociales en contra de éstas, encontrar una participación más activa por parte de la mayoría en cada grupo. Aunque hubo excepciones, algunos que se habían mostrado participativos en la primera parte de la reunión, manifestaron un cambio cuando empezaron las preguntas sobre el conocimiento de drogas y comerciales que buscan combatirlas.

#### 4.1.1. Situación de vida

Como ya se ha descrito dentro del marco contextual, Fomerrey 116 es una de las colonias del norponiente de Monterrey que vive en condiciones de pobreza; los pasatiempos de los menores de edad que viven en esta colonia son similares a los de otros niños de su edad: pasear con la familia, jugar con los hermanos, primos o amigos, ver la televisión, leer, esto cuando no están en la escuela. Los programas de televisión y grupo musical o cantante favorito se incluyen en las Tablas 1 y 2 respectivamente.

**TABLA 1**  
**PROGRAMAS FAVORITOS DE TELEVISIÓN**

<b>4° GRADO</b>	<b>5° GRADO</b>	<b>6° GRADO</b>
- El chavo del 8	- El chavo del 8	- El chavo del 8
- Caricaturas	- Caricaturas	- Caricaturas
- Carita de Ángel	- Carita de Ángel	- Novelas canal 10
- Mi primer amor	- Dragon Ball	- Series del canal 34
- Dragon Ball	- El chapulín colorado	- Telediario
- El chapulín colorado	- Garfield	- Mr. Been
- Ay Caramba	- Power rangers	
- Aburcio	- Arnold	
- Plaza Sésamo	- Noticias	
- Rayito de Luz		

**TABLA 2**  
**GRUPO MUSICAL O CANTANTE FAVORITO(A)**

<b>4° GRADO</b>	<b>5° GRADO</b>	<b>6° GRADO</b>
- Intocables	- Intocables	- Intocables
- Límite	- Límite	
- Paulina Rubio	- Paulina Rubio	
	- La firma	- La firma
	- Binomio 2	- Binomio 2
	- Pesado	- Pesado
	- El poder del norte	- El poder del norte
- Vicente Fernández	- Priscila	- OV7
- Anahí	- Vagón Chicano	- Lucero
- Ricky Martin	- Jennifer López	- Mercurio
- OV7		- Todos los que incluyen música colombiana
		- Celso Piña

Sólo entre los alumnos de sexto grado, hay quienes en su tiempo fuera de la escuela o los fines de semana trabajan en diferentes actividades: como empacadores en algún centro comercial, en un taller familiar, venden dulces, donas, despachan un estanquillo familiar, en un mercado rodante, con un payaso. Además, todos tienen una responsabilidad que cumplir dentro de las labores domésticas: barrer, trapear, limpiar, tender camas, lavar trastes, hacer la comida, cuidar a los hermanos más pequeños, hacer los mandados. Claro está que en diferentes proporciones dependiendo de su edad, número de hermanos y situación familiar, si la mamá trabaja estas responsabilidades se acentúan aún más. Es fácil deducir lo anterior en un nivel de pobreza y confirmar con ello lo expuesto por De la Garza y otros (1977:80) al afirmar que el niño marginal se enfrenta a luchar con las demandas propias del estudio, además con el lastre cultural de padres con poca escolaridad, lo que puede ocasionar miseria en sus condiciones de vida y de alimentación.

La mayoría de los menores entrevistados manifiestan tener confianza para platicar con sus padres, ya sea con ambos o con cierta preferencia hacia uno de ellos, pero sí sienten que son comprendidos. Como en todo, hay algunas excepciones de menores que aceptan no sentir confianza con sus padres y preferir platicar con otro miembro de su familia: hermano, hermana, abuela, tíos; o bien con un amigo o amiga. Algunos de los problemas que mencionan como difíciles de platicar con sus padres son:

- pleitos con amigos o amigas
- accidentes en la escuela o en la calle que no quieren comentar por temor a ser reprendidos
- salir con amistades sin tener el permiso de los padres
- sacar malas calificaciones en la escuela
- dejar de hacer algún encargo de sus padres

Todos estos son problemas comunes de su edad en cualquier nivel socioeconómico y, seguramente, por la forma en que en varios grupos se tuvo que repetir esta pregunta para lograr romper el silencio, hay otros problemas que pueden estar viviendo y no quisieron manifestar frente al grupo por temor a revelar algo íntimo. Ninguno manifestó violencia física cuando son reprendidos por sus padres por algún motivo, la forma en que son corregidos es principalmente con palabras, regaños o castigos tales como no dejarlos salir a jugar o no darles su "mesada", dinero correspondiente al mes.

#### *4.1.2. Conocimiento de drogas y de campañas para combatirlas*

Las drogas no son desconocidas por estos grupos de menores y las describen como una adicción, como algo dañino para la salud, o bien como el nombre o nombres propios que tienen algunas de ellas: cigarros, alcohol, resistol 5000, thinner, bolsas y botes que huelen, mota, mariguana, hierba verde, cocaína, polvito blanco, grapas, inyecciones, pastillas, tacha, heroína. Perciben a la drogadicción principalmente como un vicio que después se convierte en una enfermedad; pero también hay quienes opinan que puede ser un placer, una diversión o un escape de los diferentes problemas.

La forma en que se han enterado de la existencia de drogas es muy diversa, algunos muy de cerca con un familiar que las consume; con un amigo o grupo de jóvenes que habitan en la

colonia; en los noticieros o comerciales televisivos; en la prensa o en la radio. Sólo una minoría expresó como forma de enterarse a sus propios padres, hermanos o hermanas mayores, quienes les han explicado el daño que éstas pueden ocasionarles. Algunas de sus respuestas textuales al preguntarles cómo es que se han enterado de la existencia de drogas fueron:

*Por los mariguanos, en las esquinas de por aquí, los veo en la plaza (4° Grado)*

*Por medio de las noticias, en la televisión, el periódico y en el radio (5° Grado)*

*Por las personas que pasan así (inhalando) con la bolsa, lo consiguen fácil, en las casas, te vas juntando con alguien y te dicen en dónde hay (6° Grado)*

En cuanto al conocimiento de programas sociales o campañas de comunicación en contra de las drogas, se detecta que conocen más a éstas últimas, específicamente los anuncios en televisión. Dentro de cada grupo siempre hubo uno o varios de los alumnos que espontáneamente mencionaron el eslogan de Televisión Azteca "Vive sin drogas" recordando diferentes versiones de estos anuncios. En especial los alumnos de cuarto grado, hacen referencia al anuncio que incluye dibujos animados; mientras que los alumnos de quinto y sexto grado, además de mencionar éste mismo, recuerdan otros que llegan a plantear la muerte como una posibilidad por el abuso de drogas.

Aunque mencionaron otros medios masivos además de la televisión, por los que se han enterado de la existencia de drogas (radio y prensa), al momento de recordarlos solamente hicieron referencia a los anuncios que han visto en televisión y además de la campaña de Televisión Azteca, hubo quien mencionó la de Centros de Integración Juvenil, recordando el contenido del anuncio, pero no el nombre de la institución responsable de esta publicidad. Se percibe que todos tienen posicionado el eslogan "Vive sin drogas", incluso algunos mencionaron que el logotipo de la flor se mantiene presente durante la transmisión de noticieros, en la parte inferior derecha de la pantalla. Lo anterior es entendible debido a la frecuencia con que se transmiten estos mensajes, comparada con los que tienen otras instituciones.

*En las noticias de TV Azteca, a veces pasan una bolita en una esquina y una florecita que dice 'vive sin drogas'.*

*Pasan a un niño y se pone con una flor y como que se va a marear y se agacha (4° grado).*

*El de una florecita con una araña.*

*Un monillo con una bolilla chiquita que se hace grande (5° grado).*

*El de una muchacha que va a la escuela y tiene problemas con sus padres y un chavito le ofrece resistol y lo prueba, pero luego lo regresan y pasan que no lo agarró.*

*También en el 7 sale otro anuncio que llega un niño y les ofrece droga y está soñando eso y el chavo se cae y se mata (6° grado).*



En general puede decirse que sí les atraen estos anuncios y por esto mismo la mayoría de ellos los tiene presentes en su mente, aunque muchos no lo manifestaron espontáneamente; algunos quizá por timidez, otros por apatía hacia el tema. Sin embargo, como lo afirma De Moragas, (1981:156), los medios de comunicación masiva son un modelo más dentro de una compleja red de modelos comunicativos y lo que se detecta en los comentarios de los menores entrevistados, es que esa basta red de modelos comunicativos adicionales no ha sido explotada por los organismos que trabajan para prevenir y combatir el consumo de drogas.

No se detecta que se utilicen las herramientas sugeridas por Kotler (1986/a:524-525) en todo programa de mercadotecnia social: segmentación, investigación de la población meta, desarrollo del concepto, comunicaciones, facilitación, incentivos e intercambio para aumentar la respuesta del grupo en cuestión. Lo anterior podría contribuir en mayor grado hacia la prevención, ya que al tener sustentadas las necesidades de la población meta, el programa estaría dirigido de manera más personal, más directa.

#### *4.1.3. Mensaje que reciben de los anuncios en contra de las drogas*

Las imágenes presentadas en estos anuncios que buscan combatir la drogadicción dejan un mensaje en la mente de los receptores y, en este caso, puede decirse que todos los alumnos entrevistados en los grupos de enfoque coinciden en un mismo significado transmitido al estar conscientes de que las drogas son dañinas para la salud y empezar a consumirlas puede resultar fácil, pero salir de ellas no es tan sencillo. En general el mensaje básico de estos anuncios es bien recibido y comprendido:

*Nos ayudan a no recurrir a las drogas. Con eso nos hacen saber; creo que sí ayudan porque dicen que uno no haga eso (4° Grado).*

*Te dice que las drogas son malas y que si las tomas ya nunca vas a ser el mismo. Que no debemos consumir porque las drogas matan. Nos ayudan para que cuando estemos grandes no agarremos eso (5° Grado).*

*Nos dicen que no agarremos las drogas. Te muestran que si agarras drogas puedes quedar como loquito. También que si ya la probaste es difícil dejarla. Te dicen cosas para rehabilitarte (6° Grado).*

Sin embargo, están conscientes de que los anuncios televisivos son breves y el mensaje no es suficiente para quienes ya consumen drogas, opinan que difícilmente alguien que ya se encuentra en esa situación decidirá salir de ella por el simple hecho de ver estos anuncios; hubo consenso en todos los grupos al opinar que los anuncios logran influir positivamente en quienes aún no consumen drogas, pero no tienen influencia alguna entre quienes ya han creado una dependencia hacia éstas.

Ese consenso es lo que Homes (1995:53) afirma que las instituciones buscan generar para sobrevivir y lo hacen a través de exceso de información, lo que en parte ha contribuido a la

polución informativa y a la pérdida de efectividad de la comunicación conceptual, este mismo autor afirma que existe el nuevo reto de sustituir los modelos de comunicación conceptual por acciones que deriven en conceptos. Es entonces que el mensaje transmitido por estos anuncios los ayuda para saber que las drogas pueden dañar su salud, pero quienes ya han creado una dependencia difícilmente harán caso de esta advertencia porque requieren de una atención más personalizada, menos masiva, en donde entra la comunicación selectiva o personal expuesta por Kotler y Roberto (1992).

También hay quienes consideran que la televisión no es vista por todos los jóvenes, ya que muchos de ellos andan la mayor parte del día en la calle. Sugieren que sean transmitidos más comerciales de este tipo por radio, ya que actualmente es muy poco lo que se utiliza este medio para dar mensajes de combate a las drogas, además de pláticas o conferencias que pueden organizarse para cada colonia.

*Los anuncios no son suficientes porque hay personas que no ven la tele y se están drogando, entonces para qué los mandan por la televisión y por qué no vienen a hablar con ellos directamente (5° Grado)*

Esta percepción que ellos tienen al afirmar que los anuncios no son efectivos para quienes ya consumen drogas es posiblemente derivada del entorno en que viven, en donde continúan presenciando escenas de jóvenes consumiendo drogas y riñas callejeras en las que muchas veces también la droga es participe; a pesar de que observan comerciales en contra de las drogas en la televisión, no detectan una disminución entre los consumidores de su colonia.

#### 4.1.4. *Curiosidad por probar drogas*

Aunque fueron minoría, hubo algunos que sí manifestaron frente al grupo la curiosidad que han sentido de probar drogas al ver estos anuncios, siendo principalmente alumnos de quinto y sexto grado de primaria; mientras que los de cuarto grado en ningún momento mostraron abiertamente sentir curiosidad por probarlas. Hay que reconocer que es una pregunta que ocasionó silencio en principio y en casi todos los grupos no se dio una respuesta espontánea, sólo hablaron después de pensar por un momento e insistirles sobre el tema. En el grupo de sexto grado vespertino todos negaron su curiosidad al respecto, sin embargo afirmaron que "otros chavos" sí pueden sentir curiosidad; hablando en tercera persona lo afirman, pero en primera persona, lo niegan. Algunas de sus respuestas frente a esta pregunta son:

*Sí, lo hacen más de adrede (se drogan al ver estos anuncios, los chavos que ya son consumidores) (4° Grado).*

*No, porque ves que no son felices, que su vida puede ser más infeliz con las drogas.*

*Sí, me da curiosidad en veces, pero me dice mi mamá que no porque eso es muy malo.*

*Yo pienso que cuando sea grande voy a ser así (usar drogas) y yo le platico a mi mamá eso y ella ya me empieza a explicar que no, pero es que cuando te regañan te dan ganas de ser así (5° Grado)*

*A veces sí y a veces no (siente curiosidad), cuando tengo problemas en mi casa. Sí, porque cuando seamos grandes si tenemos problemas podemos probarlas (6° Grado).*

Es interesante observar que en el mismo grupo de sexto grado, en donde una alumna mencionó la curiosidad que siente de probar drogas al ver estos anuncios, especialmente cuando tiene problemas en casa; en donde hubo apertura de otros para aceptar que también sienten curiosidad, pero incomodidad de uno más al decir abiertamente “quiero platicar de otra cosa”; se resaltó esa misma situación de “problemas en casa” que se presenta en uno de los comerciales transmitidos por TV Azteca. Quizá ellos ven que el protagonista del anuncio tiene problemas en casa y se refugia en las drogas, entonces esto mismo lo trasladan a su propia vida y al tener problemas de este tipo es cuando sienten curiosidad, piensan que probablemente encontrarán así una salida o al menos lograrán llamar la atención de sus padres.

Son menores que tal vez no tienen aún un criterio bien formado y es fácil que se dejen influenciar por lo que se les presenta de manera masiva, reafirmando con esto la teoría de Janis<sup>34</sup>, sobre lo limitado que puede resultar el efecto de las comunicaciones en medios masivos, ya que con mucha frecuencia sólo ayudan a reforzar creencias y actitudes preexistentes, lo que puede estar ocasionando que estos menores al asociar los problemas familiares que pudieran estar viviendo con lo que sucede en este tipo de comerciales, sientan que falta en su situación el consumo de drogas para complementar la escena y hacer que sea más parecida a la presenciada en la televisión.

Incluso algunos alumnos del quinto grado, suponen que quienes ahora consumen drogas sí sintieron curiosidad por probarlas al ver anuncios de este tipo y ese fue su inicio:

*Dicen (los ahora adictos) qué se sentirá y les preguntan a los que se están drogando en las esquinas y les contestan mentiras y así empiezan  
Al ver el anuncio dicen: qué se sentirá y van con sus amigos y les dicen que se siente bien padre probar drogas y que se sienten mejor  
Yo creo que esos anuncios sí despertaron la curiosidad de esos chavos, porque pensaron: qué se sentirá y le entraron a las drogas*

En estas tres respuestas de distintos alumnos del mismo grupo, quienes suponen que estos anuncios pudieron haber despertado la curiosidad de jóvenes que ahora consumen drogas, se aprecian tres caminos para satisfacer dicha curiosidad: a través de otros jóvenes que se están drogando en las esquinas, con los propios amigos, o bien de manera personal. Quizá esto se puede traducir a la forma en que ellos mismos sienten a las drogas en su vida: las ven fuera de su familia y amigos, pero dentro de su colonia; las tienen al alcance de sus amigos; o quizá de manera más personal en su propio entorno.

<sup>34</sup> Janis, Irving (s/d). *La personalidad como factor de susceptibilidad a la persuasión*. The science of human communication. Citado por Homs (1995:31).

#### 4.1.5. Opinión de personajes

La forma en que ellos perciben a los personajes que actúan en estos comerciales va de un espontáneo “bien felices”; a un mayor consenso que considera que llevan una mala vida, problemática, triste y con graves daños en su salud; para llegar a otros que simplemente no pueden imaginarse cómo es la vida de estos personajes y mantienen un silencio que terminan por romper al desviar el tema y poner ejemplos de personas que conocen y que usan drogas. Algo de lo que ellos imaginan sobre la vida de estos personajes es:

*Bien felices. Mareados. Les duele la cabeza y se duermen (4° Grado).*

*Tristes. Tenían problemas con sus padres y eso los llevó a las drogas. Se dejaron llevar por los amigos y eso los llevó a las drogas. Su vida de antes era mejor que la de ahora, porque ahorita no se pueden salir de las drogas. Deben de estar más cerca de su familia (5° Grado).*

*Un problema. En la tele pasan que cuando tuvo problemas en su casa le ofrecieron drogas y las probó (6° Grado).*

Lo anterior es lo más que se puede obtener de los menores entrevistados sobre la vida de los personajes que aparecen en estos comerciales, se percibe en sus respuestas que algunos se enfocan a las consecuencias en la salud de los consumidores; mientras que otros buscan el motivo que pudo haberlos orillado a usar drogas y mencionan nuevamente el hecho de “problemas en casa” como detonador para iniciarse en el consumo. La diversidad de interpretaciones sobre estos mensajes se ve influenciada por la experiencia del público que los recibe, como afirma Schramm (1988:5), “la fuente puede codificar y el destino puede decodificar, pero sólo en función de la experiencia que cada uno haya tenido”, de ahí la importancia de conocer primero el perfil de la población a la que se dirigirá cada mensaje, para evitar interpretaciones erróneas o incompletas.

#### 4.1.6. Anuncios vs Conferencias

La existencia de anuncios en contra de las drogas es conocida por todos en mayor o menor proporción; sin embargo, no sucede lo mismo con las conferencias o pláticas en contra de las drogas que pudieran haber sido impartidas dentro de la escuela o en la misma colonia; éstas son escasas y no a todos les ha tocado participar en ellas, puede afirmarse que sólo una minoría de los entrevistados recuerdan haber asistido en alguna ocasión. Con lo anterior se aprecia que no es muy frecuente que la prevención les llegue de manera directa y solamente la reciben a través de medios masivos, en donde es difícil que reciban retroalimentación a sus dudas, por lo que de acuerdo con el modelo de Shannon y Weaver<sup>35</sup>, el proceso de comunicación permanece incompleto, llegando sólo a información.

<sup>35</sup> Shannon y Weaver (1949). The mathematical theory of communication. Urbana: University of Illinois. Citado por Paoli (1978:30)

Ellos mismos están conscientes de que en una conferencia pueden recibir más información que en un comercial televisivo y comprender más claramente las consecuencias de usar drogas. Además hay quienes sugieren la entrega de un folleto informativo al momento en que sea impartida la conferencia, para tener la información siempre presente y quizá compartirla con más personas de su entorno. Esto vendría a complementar la información que varios admiten haber recibido en la escuela, dentro de alguna de las materias de su grado actual o en anteriores años escolares. El interés de su parte existe por recibir la prevención de manera más directa y finalmente esta prevención puede realizarse desde diversos enfoques educativos que proporcionen además valores, creencias y actitudes que se opongan al abuso de drogas, como lo afirma De la Garza (1983:172).

Algunos de los menores entrevistados opinan que a las personas que usan drogas les puede ayudar mucho más platicar directamente con ellos o mediante una conferencia, para tratar de darle la información completa del daño que se está ocasionando, lo que difícilmente se logra en el tiempo de un anuncio en televisión. Pero también hay quienes consideran que en los casos de quienes ya consumen drogas, lo que necesitan es tratamiento o acudir a un centro de rehabilitación, de otra forma difícilmente superarán esta situación por sí solos.

*Que vengan a darnos pláticas porque así entendemos más cosas que en los anuncios (4° Grado).*

*Los anuncios no son suficientes, porque cuando ellos andan drogados les vale todo y pueden decir que les gusta (5° Grado).*

*Yo no creo que con pláticas y conferencias se solucione, lo que necesitan es tratamiento, porque no hacen caso (los que usan drogas) (6° Grado).*

Están de acuerdo que de manera preventiva pueden funcionar los anuncios, pero las conferencias son aún más efectivas en esta etapa y al realizarse mediante un mayor acercamiento personal, quizá tengan el poder de convencimiento para hacer reaccionar a quienes apenas se inician en el consumo de drogas y hacerlos desistir. Sin embargo, quienes ya son consumidores habituales o dependientes, definitivamente necesitan más ayuda personal o internamiento. Sin embargo, muchos piensan que en realidad no se hace nada actualmente para ayudar a salir de las drogas a quienes ya están dentro, porque ellos lo viven diariamente y no perciben cambios en su entorno. Seguramente es porque los anuncios o las conferencias no son soluciones de fondo y mientras no se ataque la raíz del problema, difícilmente se verán cambios.

#### *4.1.7. Cercanía con las drogas*

Dentro de Fomerrey 116 es fácil encontrar droga y jóvenes consumidores en algunas esquinas o campos deportivos que ya se tienen localizados por los habitantes del lugar, muchos de ellos bien conocidos por los menores entrevistados. Ellos saben en dónde la consiguen y en dónde la consumen quienes ya hacen uso de ella en sus diferentes tipos, principalmente imperan los inhalantes en esa zona: resistol, cemento y thinner, aunque también está presente la marihuana y la cocaína.

En cualquier momento en que ellos decidieran iniciarse en el consumo de drogas, las encuentran fácilmente a su alcance. Según su opinión, la vigilancia en la colonia es nula o casi nula y aunque ellos tienen detectados puntos de distribución y saben de alguno que ha sido denunciado, no se explican la impunidad que prevalece en el lugar. La policía no se aparece sino hasta que todo lo grave de alguna riña callejera ha terminado, es decir, no hay prevención como algunos afirman que anteriormente se tenía con policías en bicicletas, quisieran que de una u otra forma la vigilancia fuese mayor en esta colonia.

*Un señor vende droga, pasa bolsas por la ventana (de su casa), como polvito y en veces de resistol.*

*He visto que vende cocaína.*

*La señora que vive abajo de con mi abuelita vende cocaína y le vende a mi primo.*

*Mi abuelita cada mes la denuncia pero no la meten a la cárcel.*

*Por mi casa venden mariguana (4° Grado).*

*A veces pasan por la casa con un pañuelo en la nariz (inhalando).*

*Yo he visto a los mariguanos cuando tienen un bote.*

*Antes había un niño aquí que vive por mi casa y él se drogaba aquí.*

*Hay uno que le dicen la pelusa porque cuando se droga siempre empieza a bailar como loco (5° Grado).*

*A mí siempre me han ofrecido de todo y les digo que no, porque no me gustan (las drogas) ni me da tentación probarlas.*

*Un muchacho de por la casa se droga y ya está como loquito.*

*Un señor que andaba en una silla de ruedas, trae una mochila escondida debajo de la manta y ahí trae drogas.*

*Aquí no hay mucha vigilancia, antes pasaban los policías en las bicis a vigilar, ahora ya no vienen, llegan hasta que ya se acabó todo, tienen miedo (6° Grado)*

En cuanto a una mayor cercanía con las drogas, varios de los alumnos admiten tener un amigo o familiar que las consume, aunque solo algunos de sexto grado reconocen que han sido invitados a probarlas por amigos, pero aseguran que las han rechazado. Sin embargo, es notable que a varios el tema les resulta incómodo y evaden ciertas preguntas. Para ellos, algunos de los “porqués” y “cómos” del inicio en el consumo de drogas entre quienes actualmente se encuentran en esta situación, pudieran ser:

#### Cuarto grado:

- Por problemas con la familia (separación de los padres y falta de atención)
- A veces cuando tienen un problema grave se drogan
- Porque no quieren vivir y se pueden morir a veces (con las drogas)
- Porque ya no quiere vivir, porque no lo quiere nadie
- Porque su mamá ya no los quiere
- Porque tiene ganas

#### Quinto grado:

- Problemas en la familia o en la escuela, calificaciones bajas

- Porque se desesperan “mi primo se desesperó con su papá y su mamá y así empezó, ahora es drogadicto”
- Porque sus papás no les dan atención. O dan más atención a otros hermanos que a ellos. Se sienten rechazados por sus papás, tienen broncas y se drogan
- Porque ven pasar a los que se están drogando y ahí empiezan también
- Por los que están en las colonias y los anuncios también
- En las discotecas les ofrecen droga y ahí la prueban
- Unos amigos les hacen bromas y le echan una pastilla y ahí empiezan a consumir
- Por los anuncios y luego ven que les ofrecen en los bailes
- Por los amigos
- Porque creen que es bonito

#### Sexto grado:

- Porque tienen problemas
- Por los problemas que tienen en su casa
- Por las ansias de ponerle a las drogas

La participación hacia esta pregunta disminuye notablemente en los grupos de sexto grado de ambos turnos, quizá el mayor conocimiento que tienen de posibles problemas que pueden orillar a una persona a consumir drogas, es lo que los hace guardar silencio y optar por no opinar o por limitarse a una respuesta general como “por problemas” sin especificar de qué tipo. Además es difícil pensar que desconocen motivos, cuando han afirmado que tienen conocidos, amigos o familiares que usan drogas y que incluso han sido invitados a probarlas, aunque ninguno admitió haber accedido.

Las situaciones descritas por ellos mismos como motivantes o detonadoras para el consumo de drogas en jóvenes de su colonia confirman el llamado principio del placer expuesto por Tocaven (1976:59) mediante el cual el ser humano, en la adolescencia principalmente, va en busca de lo que le gusta, satisface o gratifica y huye de lo que le disgusta, frustra o mortifica. Cuando se vive en un entorno de alto riesgo en el consumo de drogas, el adolescente por la curiosidad propia de su edad, puede con facilidad curiosear con esa parte de su realidad, que son las drogas, así lo manifiestan en tercera persona los menores entrevistados y así lo expone también De la Garza (1983:15).

#### *4.1.8. Análisis de necesidades*

Dentro de la plática que se tuvo con cada grupo y de acuerdo con el tema abordado, se logran detectar algunas necesidades que fueron agrupadas por grado escolar (Tabla 3). En donde es posible identificar lo que quieren encontrar dentro de los anuncios y campañas preventivos de la farmacodependencia, el tipo de mensaje e imágenes que son más llamativas así como la frecuencia y medios por lo que quieren recibir dicha información. Además se detecta la necesidad de buscar información a través de otros medios más directos, como son las conferencias o pláticas preventivas y correctivas. La forma en que quisieran que las autoridades actúen frente a este problema que viven de cerca, así como algunas acciones que sugieren para quienes ya son consumidores de droga.

**TABLA 3**  
**NECESIDADES DETECTADAS**

LO QUE QUIEREN...	4°	5°	6°
<b>CONTENIDO Y FRECUENCIA DE CAMPAÑAS – ANUNCIOS CONTRA LAS DROGAS</b>			
• Que pasen más anuncios en radio, porque ahí casi nunca pasan	✓		
• Que haya carteles visibles en cada esquina (contra las drogas)	✓		
• Que nos expliquen qué son las drogas (en anuncios y conferencias)	✓		
• Que (en los anuncios) se vea un mariguano que está bien feo cuando está drogándose y luego cuando la deja (la Droga) ya se pone bien	✓		
• Que (en los anuncios) se vea un señor que va drogado y que pasa en el carro por un puente, se vuelca y muere	✓		
• Que los anuncios sean con dibujos animados		✓	
• Que en el anuncio estén usando la marihuana y se muera para ver que no es buena		✓	
• Que pasen los anuncios más seguido y con más información			✓
• Que en la tele salgan los papás diciendo a sus hijos lo que son las drogas			✓
• Que tengan más explicación (anuncios)			✓
• Que no solo lo digan (mensaje) sino hacerlo. Ir a todo tipo de colonias para darles pláticas			✓
• Que aparezca la imagen de las drogas en los anuncios			✓
• Que se haga algo como el Teletón para ayudarlos a ellos también	✓		✓
<b>CONFERENCIAS Y PLÁTICAS PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS</b>			
• Que vengan a darnos pláticas (información contra las drogas)	✓		
• Que toda la gente cuando vea a los mariguanos que no están drogados, en ese momento les digan el daño que les puede hacer la droga	✓		
• Que los policías les digan que no consuman drogas (a los chavos) más que sólo agarrarlos (encerrarlos)	✓		
• Que se den pláticas a los que ya consumen drogas y se les diga lo que les puede suceder		✓	✓
• Que se platique con ellos directamente (con los que usan drogas)		✓	✓
<b>VIGILANCIA Y ACTUACIÓN DE AUTORIDADES</b>			
• Que haya vigilancia de la policía en los mercaditos	✓		
• Que ande la policía todo el día en la colonia. Que ande de noche y de día	✓		
• Que haya cámaras ocultas (en las calles) para ver a todos los que se drogan	✓		
• Que quemen la droga	✓		
• Que se demande a los señores que venden la droga para que no la puedan vender	✓		
• Que no las vendan (las drogas), que metan a la cárcel a los que las venden	✓	✓	
• Que no los metan a la cárcel (a los que usan drogas) porque ahí los golpean (la policía) y ellos mismos se las venden (siembran)			✓
<b>ACCIONES PARA CONSUMIDORES DE DROGAS</b>			
• Que metan en un centro de rehabilitación y apoyen a los que consumen drogas	✓	✓	✓
• Que reciban apoyo (consumidores de drogas) porque a veces sus mamás no saben que se drogan, ellas se van a trabajar y ellos a drogarse		✓	
• Que les metan un buen susto para que no vuelvan a usar drogas			✓



Todo lo anterior ya se ha explicado en cada uno de los apartados del análisis, sin embargo en la tabla es posible mostrar de manera resumida los puntos críticos dentro de cada tema abordado, éstos pueden ser de gran ayuda en la planeación y diseño de futuras campañas y programas sociales dirigidos a esta y otras comunidades con perfil similar.

#### *4.1.9. Conclusiones de etapa cualitativa en grupos de enfoque*

1. Los anuncios transmitidos por Televisión Azteca son los que mejor posicionamiento tienen en la mente de los menores, especialmente el eslogan “Vive sin drogas”. Anuncios de otras instituciones no son fácilmente recordados en su totalidad, sólo mencionan el contenido más no el nombre de la institución patrocinadora, es el caso de Centros de Integración Juvenil.
2. El mensaje transmitido en estos anuncios cumple con el objetivo de informar que las drogas son dañinas para la salud. Así lo asimilan los menores entrevistados, pero ellos mismos están seguros de que esto no es suficiente para quienes ya están dentro del consumo de drogas.
3. Son varios los menores, especialmente de quinto y sexto grado, que aseguran haber sentido curiosidad por probar drogas, sobre todo después de ver estos anuncios y si además se encuentran en situaciones similares a las que en ellos se presentan, tales como problemas familiares.
4. Consideran que las conferencias podrían brindar un mayor conocimiento de lo que pueden ocasionar las drogas. Quizá también pueden ayudar a los que apenas se inician en ellas para que recapaciten; pero para quienes ya son consumidores habituales o dependientes, el tratamiento o internamiento es lo único que en su opinión puede ayudarlos.
5. Algo que les gustaría incluir en los comerciales de televisión en contra de las drogas, es la imagen de éstas para que sean reconocidas por ellos, además de situaciones en las que los padres están hablando con los hijos sobre este tema y los daños que pueden ocasionarles. Les agradan los anuncios que incluyen dibujos animados, pero especialmente a los de sexto grado, también les gustan los que incluyen situaciones de vida con personajes reales.
6. Quisieran mayor vigilancia de las autoridades en su colonia, sienten que ésta es casi nula, pues la policía no se presenta en el momento oportuno o bien desconfían de ella por tener antecedentes de que “siembran droga” en algunos conocidos que han detenido. Por otro lado, saben de denuncias de personas que distribuyen droga y las autoridades no actúan sobre ellas, continúan libres y en su “negocio”.

#### **4.2. Procedimiento de análisis e interpretación de resultados en estudio cuantitativo**

La aplicación del cuestionario se realizó con el fin de complementar y corroborar la información obtenida cualitativamente, por lo que el análisis e interpretación de los resultados

se hace de forma descriptiva, sin mayor pretensión que la de mostrar porcentajes de diversos aspectos abordados en los grupos de enfoque. Dicho cuestionario comprende 49 preguntas, algunas con respuesta de opción múltiple y otras con respuesta dicotómica, mismas que están agrupadas en las siguientes categorías:

- **Categoría 1:** De manera general en esta categoría se busca saber qué tantos menores tienen conocimiento de la existencia de anuncios y campañas para prevenir el consumo de drogas, así como de los nombres de instituciones que trabajan con este fin y el medio masivo, selectivo o personal por el que se han enterado de la existencia de dichas instituciones.  
- Comprende las preguntas 5, 6 y 7 del cuestionario (Anexo 1).
- **Categoría 2:** Busca conocer la identificación que tienen los menores de las diferentes frases utilizadas en los anuncios y campañas en contra de las drogas, con las instituciones que las patrocinan.  
- Comprende las preguntas de la 8 a la 15 del mismo cuestionario.
- **Categoría 3:** Incluye todas las preguntas con respuesta dicotómica del cuestionario, de la 16 a la 48, mismas que a su vez se subdividen en tres categorías:
  - **Subcategoría 3.1.** Incluye las preguntas relacionadas con la atención, opinión y actitudes de los menores encuestados hacia los anuncios y campañas que buscan prevenir el consumo de drogas.
  - **Subcategoría 3.2.** Se refiere a las preguntas que tienen que ver con el entorno del menor, ya sea familiar, social o escolar.
  - **Subcategoría 3.3.** Agrupa preguntas que presentan una relación entre los anuncios y campañas en contra de las drogas, con la influencia que éstos tienen en el entorno de Fomerrey 116, según la percepción de los menores encuestados.
- **Categoría 4:** Sólo comprende la pregunta 49, que se refiere a la percepción que los menores tienen de la drogadicción.

Cabe aclarar que el orden en que se presentan las categorías no es precisamente el mismo que se utiliza en el análisis, especialmente en lo que respecta a las subcategorías de la Categoría 3, es necesario agrupar las preguntas de acuerdo a su tema y éstas no fueron incluidas en ese sentido dentro del cuestionario de manera intencional, para evitar cualquier tipo de sesgo en los menores al encontrar juntas preguntas muy similares con afirmaciones que se contraponen una de la otra.

Como ya se explicó con detalle dentro del Marco Operativo (Capítulo 3), el cuestionario fue aplicado a 200 alumnos de los turnos matutino y vespertino, del cuarto, quinto y sexto grado

de la escuela primaria federal Emiliano Zapata, ubicada en Fomerrey 116. Fueron en total 101 alumnas y 99 alumnos los que participaron en esta etapa cuantitativa de la investigación, en la que se obtuvieron de manera descriptiva resultados que contribuyen a lo ya obtenido en los grupos de enfoque, por lo que gran parte del análisis se presenta de forma complementaria entre los resultados de ambas metodologías.

Para empezar con el análisis de resultados de este cuestionario, se presentan las preguntas correspondientes a la Categoría 1, para encontrar que aunque la mayoría de los encuestados (81 por ciento) afirma que recuerda haber visto anuncios o campañas que buscan prevenir el consumo de drogas (pregunta 5), son pocos quienes al leer alguna de las frases utilizadas en dichos anuncios la ubica correctamente dentro de su institución patrocinadora, existe confusión aún entre las frases más difundidas como “Vive sin drogas” de Televisión Azteca, la cual alcanza el 29 por ciento de identificación a pesar de que el 70 por ciento sabe que esta institución trabaja en la prevención de la farmacodependencia (Tabla 4).

**TABLA 4**  
**CONOCIMIENTO DE FUNDACIÓN AZTECA**  
**E IDENTIFICACIÓN DE SU FRASE CORRESPONDIENTE**

	%
<b>Conoce a la institución como preventiva de farmacodependencia</b>	
SÍ	70
NO	30
<b>Identifica la frase VIVE SIN DROGAS con:</b>	
TELEVISIÓN AZTECA	29
SECRETARÍA DE SALUD	15
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN	10
CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL	8
UNIDOS	5
DIF	4
REMAR MÉXICO	3
NARCÓTICOS ANÓNIMOS	3
NO SABE	17
NO CONTESTÓ	5
CONTESTÓ VARIAS	3

Lo anterior va muy de acuerdo con lo obtenido de manera cualitativa, ya que son esta frase y esta institución las que mejor tienen posicionadas, aunque quizá se esperaría una mayor respuesta dada su alta difusión masiva a través de la televisión y otros medios, pero el grado de desconocimiento en esta población es alto (25 por ciento). Además el 15 por ciento la identifica con la Secretaría de Salud y el 10 por ciento con la Secretaría de Educación, quizá esto es debido a campañas conjuntas que han realizado en las que se muestra la imagen de dichas instituciones públicas y Televisión Azteca.

En lo correspondiente a Centros de Integración Juvenil (CIJ) se evaluaron dos frases que utiliza esta misma institución: “Para vivir sin drogas” y “Sin drogas... mejor”. El 42 por ciento de los encuestados reconoce a esta institución como una de las que trabajan en la prevención y rehabilitación de la farmacodependencia, pero sólo el 24 por ciento ubica correctamente a

“Para vivir sin drogas” con CIJ. El 18 por ciento asigna esta misma frase a Televisión Azteca y el 36 por ciento presenta confusión con alguna de las otras instituciones; además, si se agrupan las respuestas “no sabe” y “no contestó”, se obtiene que el 20 por ciento se encuentra dentro de esta categoría de desconocimiento (Tabla 5).

**TABLA 5**  
**CONOCIMIENTO DE CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL**  
**E IDENTIFICACIÓN DE SU FRASE (1) CORRESPONDIENTE**

	%
<b>Conoce a la institución como preventiva de farmacodependencia</b>	
SÍ	42
NO	58
<b>Identifica la frase PARA VIVIR SIN DROGAS con:</b>	
CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL	24
TELEVISIÓN AZTECA	18
SECRETARÍA DE SALUD	12
NARCÓTICOS ANÓNIMOS	6
UNIDOS	6
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN	6
DIF	5
REMAR MÉXICO	1
NO SABE	15
NO CONTESTÓ	5
CONTESTÓ VARIAS	3

**TABLA 6**  
**CONOCIMIENTO DE CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL**  
**E IDENTIFICACIÓN DE SU FRASE (2) CORRESPONDIENTE**

	%
<b>Conoce a la institución como preventiva de farmacodependencia</b>	
SÍ	42
NO	58
<b>Identifica la frase SIN DROGAS... MEJOR con:</b>	
CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL	9
SECRETARÍA DE SALUD	17
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN	13
TELEVISIÓN AZTECA	10
UNIDOS	7
REMAR MÉXICO	6
NARCÓTICOS ANÓNIMOS	5
DIF	5
NO SABE	20
NO CONTESTÓ	8
CONTESTÓ VARIAS	3

Con respecto a la segunda frase utilizada por CIJ, “Sin drogas... mejor”, la cual alcanza sólo el 9 por ciento de identificación correcta, la mayor confusión se presenta con la Secretaría de

programa social dentro del apartado de esta institución, así como el tema musical de la campaña y una opinión personal del mismo.

**TABLA 8**  
**CONOCIMIENTO DE LA SECRETARÍA DE SALUD**  
**E IDENTIFICACIÓN CON SU FRASE CORRESPONDIENTE**

	%
<b>Conoce a la institución como preventiva de farmacodependencia</b>	
SÍ	40
NO	60
<b>Identifica la frase CONSTRUYE TU VIDA SIN ADICCIONES con:</b>	
SECRETARÍA DE SALUD	13
TELEVISIÓN AZTECA	13
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN	11
CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL	9
UNIDOS	8
NARCÓTICOS ANÓNIMOS	6
REMAR MÉXICO	6
DIF	5
NO SABE	24
NO CONTESTÓ	6
CONTESTÓ VARIAS	3

En lo que respecta a la Secretaría de Educación, su frase "Contra adicción todo Nuevo León" apenas alcanza el 7 por ciento de identificación correcta y sólo el 30 por ciento de los alumnos encuestados está consciente de que esta institución trabaja en la prevención de la farmacodependencia.

**TABLA 9**  
**CONOCIMIENTO DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN**  
**E IDENTIFICACIÓN CON SU FRASE CORRESPONDIENTE**

	%
<b>Conoce a la institución como preventiva de farmacodependencia</b>	
SÍ	30
NO	70
<b>Identifica la frase CONTRA ADICCIÓN TODO NUEVO LEÓN con:</b>	
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN	7
CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL	12
TELEVISIÓN AZTECA	11
SECRETARÍA DE SALUD	9
DIF	7
UNIDOS	6
REMAR MÉXICO	6
NARCÓTICOS ANÓNIMOS	5
NO SABE <sup>1</sup>	29
NO CONTESTÓ	7
CONTESTÓ VARIAS	3

Es muy alto el porcentaje (36 por ciento) que desconoce a quién pertenece la frase utilizada por la Secretaría de Salud y la confusión interinstitucional también está presente aunque no de manera destacable entre alguna otra institución, sino distribuida proporcionalmente entre el resto; quizá se trata de una frase más bien difícil de recordar y desconocida por muchos, a pesar de que los alumnos de quinto y sexto grado de primaria deberían tener conocimiento de esta campaña, ya que está dirigida tanto a ellos como a los alumnos de secundaria (Tabla 9).

La frase de Narcóticos Anónimos (NA) “Di no a las drogas y sí a la vida” bien podría ser adoptada por Televisión Azteca, ya que el 27 por ciento la identifican con ésta última institución y sólo el 4 por ciento la ubica correctamente con NA, es comprensible el desconocimiento, ya que no es muy frecuente la difusión de sus anuncios y quizá se promueven más de manera selectiva y personal en comunidades diferentes a Fomerrey 116, por lo que la confusión representa a la mayoría de los alumnos encuestados, como se muestra en la Tabla 10.

**TABLA 10**  
**CONOCIMIENTO DE NARCÓTICOS ANÓNIMOS**  
**E IDENTIFICACIÓN CON SU FRASE CORRESPONDIENTE**

	%
<b>Conoce a la institución como preventiva de farmacodependencia</b>	
SÍ	18
NO	83
<b>Identifica la frase DI NO A LAS DROGAS Y SÍ A LA VIDA con:</b>	
NARCÓTICOS ANÓNIMOS	4
TELEVISIÓN AZTECA	27
CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL	16
SECRETARÍA DE SALUD	16
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN	11
UNIDOS	3
DIF	2
REMAR MÉXICO	2
NO SABE	13
NO CONTESTÓ	5
CONTESTÓ VARIAS	4

En lo que respecta a Remar México, es una institución que no goza de conocimiento entre los menores de Fomerrey 116, por lo que su frase “La droga es una bomba de tiempo” es identificada correctamente por solo el 4 por ciento de los encuestados, mientras que el 48 por ciento se encuentra dentro de la categoría de “no sabe / no contestó” (Tabla 11). La forma de difusión que utiliza Remar es personal, además muy enfocada a solicitar donativos en los cruceros o en visitas domiciliarias dentro de colonias que pueden otorgarlos, por lo que la población meta de esta investigación no la reconoce dentro de los organismos que trabajan en la prevención y rehabilitación de la farmacodependencia.

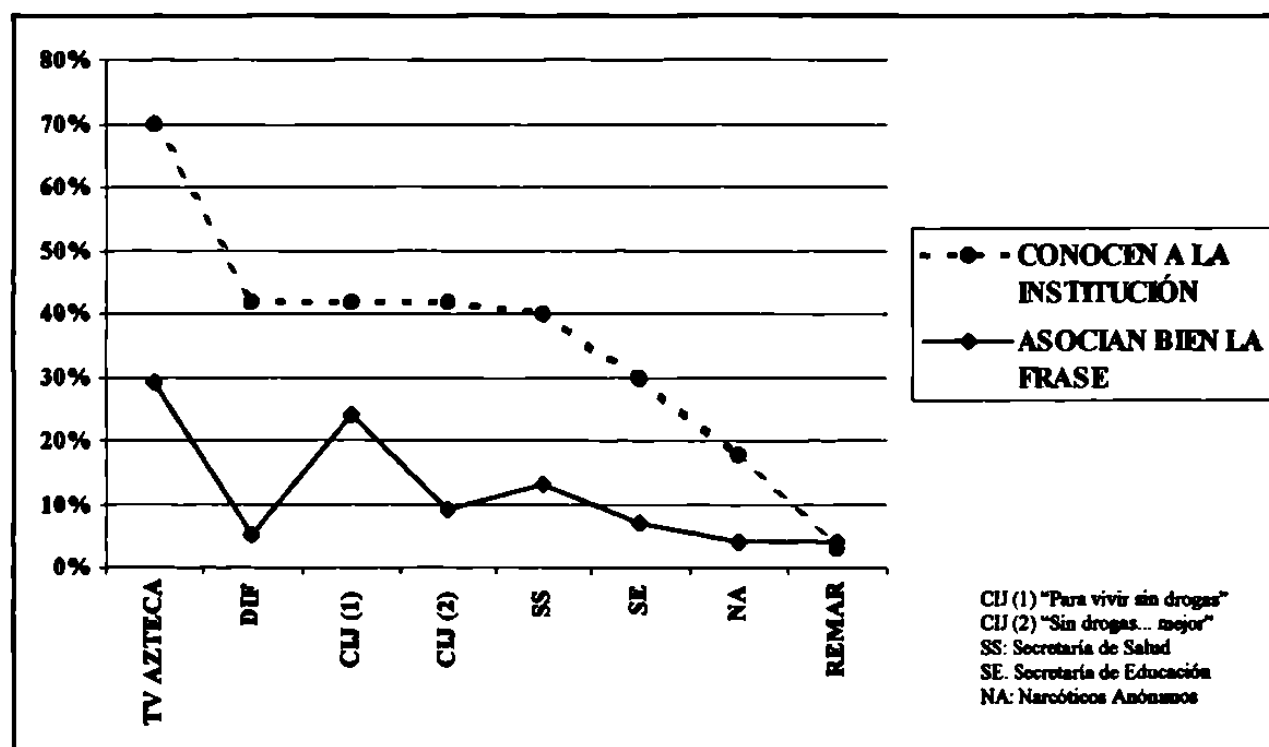
**TABLA 11**  
**CONOCIMIENTO DE REMAR**  
**E IDENTIFICACIÓN CON SU FRASE CORRESPONDIENTE**

	%
<b>Conoce a la institución como preventiva de farmacodependencia</b>	
SI	3
NO	97
<b>identifica la frase LA DROGA ES UNA BOMBA DE TIEMPO con:</b>	
REMAR MÉXICO	4
SECRETARÍA DE SALUD	12
CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL	9
TELEVISIÓN AZTECA	9
NARCÓTICOS ANÓNIMOS	7
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN	5
UNIDOS	4
DIF	3
NO SABE	41
NO CONTESTÓ	7
CONTESTÓ VARIAS	3

Para mostrar un panorama general de la situación en que se encuentra cada institución con relación a la identificación de su frase correspondiente, en la Gráfica 1 se puede apreciar la marcada diferencia existente en los niveles de conocimiento y ubicación correcta para cada una de las instituciones mencionadas; cabe aclarar que Unidos en la Prevención de Adicciones y Vida Nueva no fueron incluidas en este segmento del análisis porque no se encontró una frase que las identificara en el momento de la aplicación del cuestionario, sin embargo se evaluó el nivel de conocimiento de la institución como preventiva en el consumo de drogas, alcanzando Unidos el 27 por ciento y Vida Nueva el 19 por ciento, entre los menores encuestados.

Es claro que existe confusión hacia las diferentes frases con que se pretende prevenir y combatir el consumo de drogas, entre los menores de Fomerrey 116. Sólo tres de cada diez ubican correctamente a la frase de mayor difusión en la actualidad con la institución que la patrocina (*Vive sin drogas* con Televisión Azteca), con esto se puede comprender lo expuesto por Ries y Trout (1993:41), sobre la "ley de la concentración", quienes afirman que al no existir una palabra que se grabe en la mente del público para combatir el consumo de drogas, difícilmente se logrará un posicionamiento efectivo. Las frases utilizadas son muy diversas, dos de ellas incluyen la palabra "adicción" y es cuestionable la comprensión de este término para los menores de edad; es comprensible que ante esta diversidad de frases, la asociación y recordación son deficientes.

**GRÁFICA 1**  
**PROPORCIÓN DE CONOCIMIENTO DE INSTITUCIÓN CON**  
**IDENTIFICACIÓN DE SU FRASE CORRESPONDIENTE**



La forma en que se han enterado de la existencia de estas campañas preventivas es tanto a través de medios masivos como selectivos y personales, esta información se obtiene a través de la pregunta 7 del cuestionario (Anexo 1), que tiene la posibilidad de respuestas múltiples y por lo tanto se observa que los medios para enterarse de instituciones o campañas que combaten el consumo de drogas pueden ser diversos, tal como se muestra en la Gráfica 2. Se obtiene un mayor conocimiento de la televisión; mientras que las visitas personales a la escuela y colonia son las que presentan menor representatividad entre los menores de Fomerrey 116. Como ya se ha mencionado, el efecto de las comunicaciones en medios masivos es muy limitado, frecuentemente consiste sólo en reforzar creencias y actitudes preexistentes (Janis, s/d)<sup>36</sup>, por lo que al ser la televisión el medio por el que un mayor número de menores se ha enterado de la existencia de las instituciones que combaten el consumo de drogas, su recordación del mensaje es más limitada a la que tendrían de haberse enterado de manera personal.

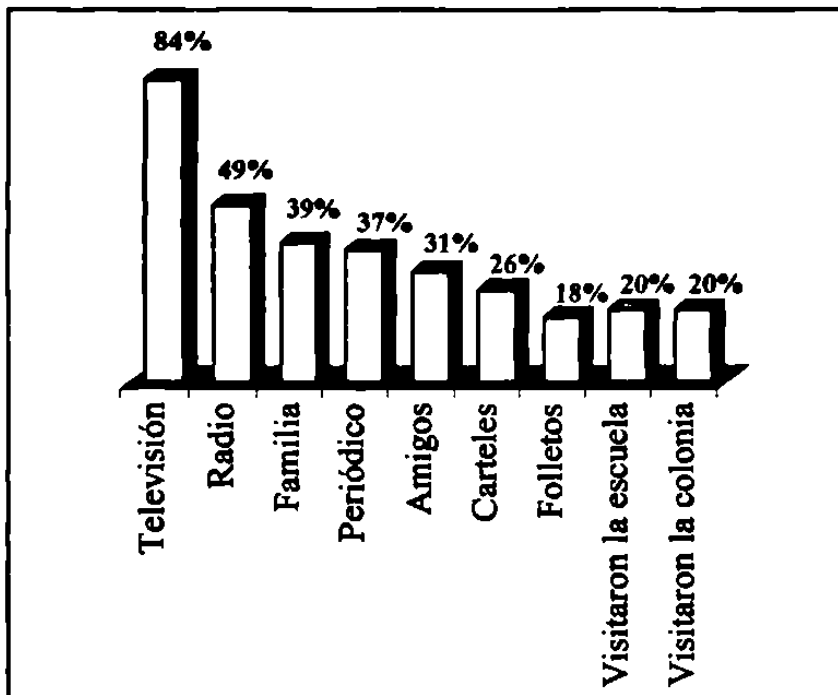
El análisis descriptivo anterior sobre las variables que tienen relación con las instituciones conocidas por los menores de Fomerrey 116 como preventivas de la farmacodependencia y las frases que utilizan para dicha prevención, permite comprender mejor lo ya encontrado de manera cualitativa en los grupos de enfoque, la diversidad de frases incluidas en las campañas antidrogas difundidas en los diferentes medios, muestran confusión y un alto grado de desconocimiento. Pueden existir varias razones para que esto se presente: quizá son muchas las frases, es difícil para los menores recordarlas y además pretender asociarlas con la

<sup>36</sup> Janis, Irving (s/d). *La personalidad como factor de susceptibilidad a la persuasión*. The science of human communication. Citado por Homs (1995:31).



institución patrocinadora; muy posiblemente lo que menos les interesa es esto último, identificar a la frase con su patrocinador; puede ser que no les llame la atención este tipo de anuncios y la indiferencia está presente, o bien que les atraigan pero frente a un bombardeo cada vez mayor de ellos, con un contenido muy similar, la atención empieza a disminuir. Son muy diversas las opiniones y actitudes que pueden tener frente a este tipo de campañas que les son presentadas en diversos medios masivos.

**GRÁFICA 2**  
**MEDIOS POR LOS QUE SE HAN ENTERADO DE EXISTENCIA DE**  
**INSTITUCIONES Y SUS CAMPAÑAS**



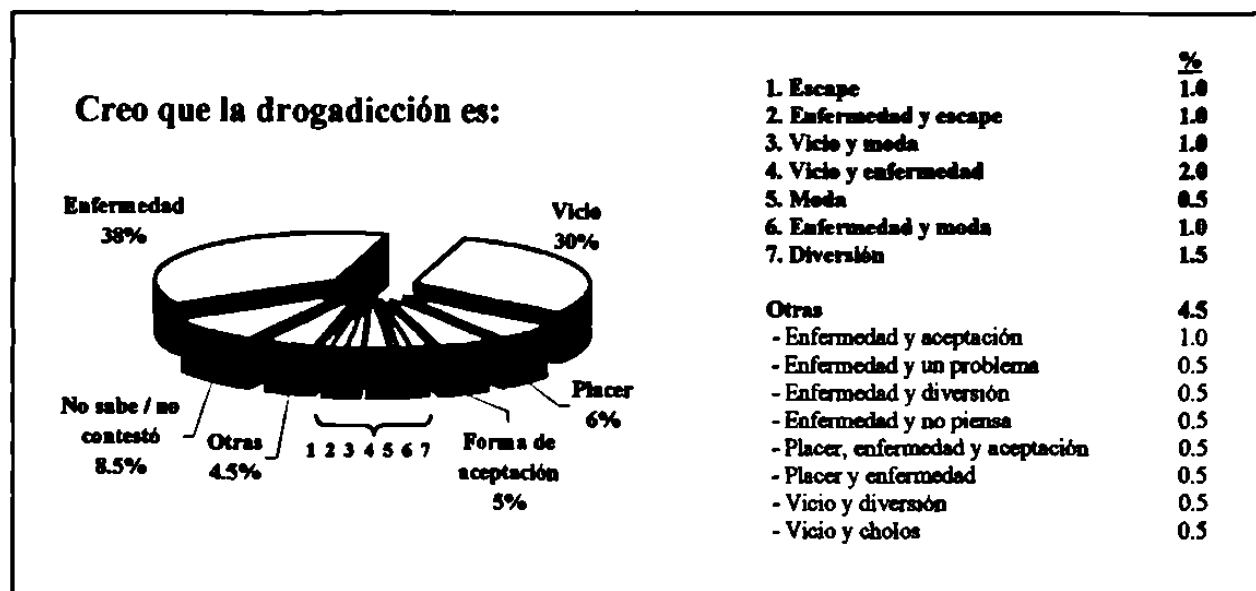
Su percepción sobre este tipo de anuncios ya fue abordada de manera cualitativa, pero ahora también de manera cuantitativa se tienen algunos porcentajes que serán de utilidad para complementar y comprender mejor la información ya obtenida. Lo anterior es posible mediante la respuesta de los menores encuestados a diversos aspectos relacionados con la atención que ponen a estos anuncios, su opinión y actitud hacia los mismos. Antes de presentar el análisis descriptivo de las variables que comprenden estos temas así como otros relacionados con el entorno, conviene conocer cómo perciben a la drogadicción los menores encuestados, respondiendo así a la pregunta 49 del cuestionario, la cual es planteada de manera afirmativa como sigue:

- *Creo que la drogadicción es...*
- |                  |              |                                 |               |
|------------------|--------------|---------------------------------|---------------|
| 1) un placer     | 2) un vicio  | 3) una enfermedad               | 4) una moda   |
| 5) una diversión | 6) un escape | 7) una forma de ser aceptado(a) | 8) otra _____ |

Mediante esta pregunta los menores encuestados eligieron la descripción que mejor identifica su percepción de la drogadicción, encontrándose que el 38 por ciento de ellos considera a ésta como una enfermedad y el 30 por ciento, como un vicio. En dicha respuesta es interesante

destacar que el 6 por ciento considera a la drogadicción como un placer y el 5 por ciento como una forma de aceptación, tal como se muestra en la Gráfica 3.

**GRÁFICA 3**  
**PERCEPCIÓN DE LA DROGADICCIÓN**



El resto de las variables incluidas en el cuestionario, de la 16 a la 48, en las que su respuesta es dicotómica y corresponden a la Categoría 3, se analizarán de acuerdo a las subcategorías ya definidas, por lo que para empezar se encuentran las preguntas relacionadas con la atención, opinión y actitudes de los menores encuestados hacia los anuncios y campañas que buscan prevenir el consumo de drogas, es conveniente definir las y presentar el porcentaje de respuestas afirmativas y negativas correspondientes a cada una de ellas.

Por lo anterior, en la Tabla 12 se observa el comportamiento que presentan estas 14 preguntas entre los menores encuestados, donde se puede apreciar que aunque el 89 por ciento afirma poner mucha atención a este tipo de anuncios y campañas en contra de las drogas (pregunta 16), para el 53 por ciento es difícil recordarlos (pregunta 19); tal vez dicha atención es momentánea y están conscientes de que su contenido permanece sólo en el nivel de atención sin llegar a despertar el interés por retenerlo más tiempo en su mente.

En cuanto a la veracidad que encuentran en este tipo de anuncios, puede afirmarse que es alta, ya que el 77 por ciento considera que en ellos se muestra la realidad (pregunta 20) y el 71 por ciento opinan que no dicen mentiras (pregunta 22). Están conscientes de la existencia del consumo de drogas y lo que se les presenta en este tipo de campañas es fácilmente asociado con lo que sucede en su entorno.

**TABLA 12**  
**SUBCATEGORÍA 3.1 DE PREGUNTAS:**  
**ATENCIÓN, OPINIÓN Y ACTITUDES DE LOS MENORES HACIA**  
**ANUNCIOS Y CAMPAÑAS EN CONTRA DE LAS DROGAS**

No. Pregunta	Contenido de la pregunta	RESPUESTA (%)	
		Verdadero	Falso
16	Pongo mucha atención a todo lo que dicen los anuncios y campañas en contra de las drogas.	88	12
17	Los anuncios que buscan prevenir la drogadicción pueden aumentar el interés de la juventud por probar drogas.	34	66
18	Los anuncios y campañas para prevenir el consumo de drogas son de gran ayuda para decir "no a las drogas"	93	7
19	Es difícil recordar los anuncios y campañas que hablan de prevenir el consumo de drogas.	48	52
20	Los anuncios y campañas que previenen el consumo de drogas muestran la realidad.	77	23
21	Cuando veo los anuncios y campañas en contra de las drogas pienso que nunca las probaré.	70	30
22	Los mensajes difundidos en los anuncios y campañas en contra de las drogas, dicen mentiras.	29	71
23	Los anuncios y campañas para prevenir el consumo de drogas pueden ser una invitación para que los jóvenes usen drogas.	27	73
24	Me he sentido como alguno de los personajes que actúan en los anuncios en contra de las drogas.	31	69
25	Cuando veo los anuncios en contra de las drogas, siento curiosidad por probarlas.	32	68
26	Me sentiría mal si estuviera viviendo lo mismo que alguno de los personajes que aparecen en los anuncios en contra de las drogas.	63	37
27	Después de ver algún anuncio en contra de las drogas, he pensado que puede ser emocionante probarlas.	24	76
28	Para realmente combatir la drogadicción hacen falta más acciones que sólo los anuncios actuales.	67	33
33	Una forma de combatir el consumo de drogas es con pláticas especiales para los jóvenes de cada colonia.	79	21

Es alto el porcentaje de menores (79 por ciento) que está de acuerdo en que una forma de combatir el consumo de drogas es con pláticas especiales para los jóvenes de cada colonia

(pregunta 33), con esto se refuerza lo obtenido en los grupos de enfoque, donde los menores demandan mayor atención selectiva y personal hacia su colonia, mediante pláticas y conferencias dirigidas en las que puedan tener más información tanto verbal como escrita, a través de folletos y retroalimentación que aclaren sus dudas sobre el tema de la farmacodependencia. Los anuncios actuales para combatir la farmacodependencia sólo son suficientes para el 33 por ciento de los encuestados (pregunta 28), el resto considera que hacen falta más acciones que sólo este tipo de anuncios para abordar el problema, con lo que se refuerza y hay consistencia entre la respuesta a estas dos preguntas y lo obtenido cualitativamente.

A pesar de que el 37 por ciento afirma que se sentiría mal si estuviera viviendo la misma situación de los personajes que actúan en los anuncios en contra de las drogas (pregunta 26); el 31 por ciento se ha sentido como alguno de ellos (pregunta 24). De acuerdo a la información cualitativa, estos menores viven en un entorno de alto riesgo y algunos mencionaron identificarse con los problemas que pueden estar viviendo dichos personajes, o quizá con el momento en que alguien les ofrece consumir drogas y se ven ante la decisión de aceptar o rechazar tal ofrecimiento. Por otro lado estos mismos porcentajes pueden significar la poca identificación que los menores de Fomerrey 116 tienen con los personajes y situaciones de vida que se presentan en tales anuncios, así lo manifestado por los informadores clave podría comprobarse, al señalar que la mayoría de estas campañas no están dirigidas al nivel socioeconómico de esta población.

Puede resultar alarmante el índice de menores que afirman sentir curiosidad por probar drogas después de ver una anuncio "preventivo" de la farmacodependencia, el 32 por ciento de los encuestados se encuentra en esta situación (pregunta 25), por lo que la prioridad por crear programas más dirigidos hacia poblaciones específicas, mejor orientados sobre los riesgos que se pueden correr por satisfacer este tipo de curiosidad, se presenta más urgente. Por otro lado, el 93 por ciento afirma que este tipo de anuncios y campañas son de gran ayuda para decir "no a las drogas" (pregunta 18); quizá dependiendo de la situación en que se les presente es que los consideran de ayuda o les despiertan la curiosidad.

Sin embargo hay otras respuestas que presentan consistencia con el interés por probar drogas después de ver estos anuncios y, aunque es mayor el porcentaje que lo niega, el hecho de que alrededor de 3 de cada 10 encuestados manifieste algún tipo de interés o curiosidad hacia el uso de drogas después de presenciar campañas masivas de este tipo, es un dato que merece atención. Lo anterior se refleja en el 30 por ciento que responde "falso" a la pregunta *cuando veo los anuncios y campañas en contra de las drogas pienso que nunca las probaré* (pregunta 21), quizá se trata simplemente de una indiferencia hacia los mismos, pero quizá también en este grupo se encuentran muchos de los que opinan que este tipo de anuncios pueden aumentar el interés de la juventud por probar drogas (pregunta 17), ya que el 34 por ciento está de acuerdo con esta afirmación; el 27 por ciento considera que estos anuncios pueden ser una invitación para que los jóvenes usen drogas (pregunta 23) y de manera más personal, un 24 por ciento ha pensado que puede ser emocionante probar drogas, después de ver alguno de estos anuncios (pregunta 27).

Con lo anterior se puede apreciar que los anuncios y campañas masivas para prevenir el consumo de drogas son necesarios, pero no son suficientes; si se pretende continuar con su

difusión, conviene diseñar estrategias conjuntas lanzadas de manera más selectiva y personal que los complementen, dirigidas a todas y cada una de las distintas poblaciones, especialmente las de alto riesgo, en donde es fácil que el menor encuentre en su entorno acceso al consumo de drogas y si no está bien orientado decida aceptarlas.

En lo correspondiente a las 14 preguntas de la subcategoría 3.2, que tienen que ver con el entorno familiar, social o escolar del menor (Tabla 13), puede apreciarse que la falta de orientación detectada en las respuestas anteriores, se manifiesta cuando el 47 por ciento de los encuestados afirma no saber qué responder si alguien lo invita a probar drogas, para no probarlas (pregunta 30); es muy alto el índice de menores que no cuenta con las herramientas suficientes para defenderse ante una situación similar, seguramente muy frecuente en Fomerrey 116, ya que el 68 por ciento admite que en su colonia los jóvenes consumen drogas (pregunta 29) y el 60 por ciento conoce a alguien que se encuentra en esta situación de consumo (pregunta 39); son porcentajes altos que confirman el nivel de riesgo en esta colonia y a lo que están expuestos estos menores de edad, entre quienes sólo el 45 por ciento se siente feliz viviendo en esa colonia (pregunta 32), seguramente quisieran cambiar su entorno pero no es algo fácil.

En cuanto a su entorno social, el 68 por ciento tiene un amigo(a) de confianza con quién platicar (pregunta 45), quizá este nivel de comunicación les ha permitido también hablar sobre las drogas, ya que el 50 por ciento reconoce que un amigo(a) le explicó lo que éstas son (pregunta 46); sin embargo no se dejan llevar tan fácilmente por dicha amistad y sólo el 12 por ciento reconoce que si su amigo(a) lo invita a probar drogas, las prueba (pregunta 38).

La confianza y comunicación con sus padres es alta, tal como ya se había detectado de manera cualitativa, ahora se puede observar que el 87 por ciento acostumbra platicar con sus padres cuando tiene algún problema difícil de resolver (pregunta 41), un porcentaje similar (86 por ciento), admite que sus padres le han explicado lo que puede ocasionar el abuso de drogas (pregunta 43) y el 92 por ciento considera que sus padres lo ayudan a resolver sus problemas (pregunta 47). Con todo lo anterior es lógico pensar que la mayoría, 84 por ciento, se siente orgullosa de su familia y contenta de pertenecer a ella (pregunta 42); quizá el 16 por ciento restante está comprendido por quienes afirman que alguien de su familia consume drogas (pregunta 44).

El 78 por ciento reconoce que en la escuela le han explicado lo que puede ocasionar el uso y abuso de drogas (pregunta 40), aunque no es la totalidad sí es una mayoría, lo mismo que se presentó en los grupos de enfoque cuando no todos estaban conscientes de haber recibido este tipo de pláticas en la escuela; con respecto a la confianza con el maestro(a) para platicarle sus problemas (pregunta 48), el 67 por ciento se encuentra en esta situación, por lo que puede afirmarse que cuentan con una buena comunicación tanto social, como familiar y escolar.

Los resultados anteriores muestran que se trata de adolescentes que reciben información de diversas fuentes dentro de su entorno familiar, escolar y social, lo que les permite tener conciencia del consumo de drogas entre algunos jóvenes de su comunidad. Con esto se refuerza la teoría de que “los medios de comunicación masiva son un modelo más, dentro de una compleja red de modelos comunicativos” (De Morgaras, 1981:156), si esta población meta obtiene información directa y está bien dentro de su entorno, al recibir el mensaje a

través de un medio masivo como es la televisión, le prestará atención por tener un referencia previa del mensaje que se le comunica y muy seguramente tendrá menos dudas sobre el tema en cuestión.

**TABLA 13**  
**SUBCATEGORÍA 3.2 DE PREGUNTAS:**  
**ENTORNO FAMILIAR SOCIAL Y ESCOLAR**

No. Pregunta	Contenido de la pregunta	RESPUESTA (%)	
		Verdadero	Falso
29	En mi colonia los jóvenes consumen drogas.	68	32
30	Se lo que debo decir si alguien me invita a probar drogas, para no probarlas.	53	47
32	Me siento muy feliz viviendo en esta colonia.	45	55
38	Si mi mejor amigo(a) me invita a probar drogas, las pruebo.	12	88
39	Alguien que yo conozco en mi colonia, consume drogas.	60	40
40	En la escuela me han explicado lo que puede ocasionar el uso y abuso de drogas.	78	22
41	Cuando tengo algún problema difícil de resolver, lo platico con mis padres.	87	13
42	Me siento muy orgulloso(a) de mi familia y contento(a) de pertenecer a ella.	84	16
43	Mis padres me han explicado lo que me puede ocasionar el abuso de drogas.	86	14
44	Alguien de mi familia consume drogas.	16	84
45	Tengo un amigo(a) de mucha confianza, con quien platico todo lo que me pasa.	68	32
46	Un amigo(a) me explicó lo que son las drogas.	50	50
47	Mis padres me ayudan a resolver mis problemas.	92	8
48	Tengo confianza con mi maestro(a) para platicarle mis problemas.	67	33

Sólo resta presentar ahora el análisis descriptivo correspondiente a las cinco preguntas incluidas en la subcategoría 3.3, en donde se muestra la relación existente entre los anuncios y campañas en contra de las drogas, con el entorno que prevalece en Fomerrey 116. Este tipo de anuncios y campañas no ha sido determinante para que disminuya el consumo de drogas entre los jóvenes de esta colonia (pregunta 35), ya que el 44 por ciento de los menores encuestados considera falso que gracias a ellos haya disminuido el consumo. Además, el 57 por ciento opina que en nada ayudan los anuncios para que los jóvenes dejen de consumir drogas

(pregunta 37) y el 77 por ciento manifiesta que aunque haya este tipo de anuncios, el problema de las drogas continúa en su colonia (pregunta 31), con lo que puede sustentarse la teoría de Homs (1995:32-34) sobre las personas que tienen una idea formada al momento de recibir los mensajes y no cambian ni la opinión, ni las actitudes, ni su conducta por el hecho de presenciar estos mensajes masivos, “más bien, refuerzan la tendencia que ya existía antes de la llegada del mensaje”.

De acuerdo con lo anterior y según el mismo Homs (1995:51), posiblemente se refleje en ellos lo que puede estar sucediendo con la comunicación conceptual, que ha empezado a perder credibilidad y no logra convencer, los conceptos son declaraciones de principios o promesas de buenas intenciones que han derivado en retórica en el ámbito de la comunicación masiva, cuando lo que el público ahora exige para lograr mayor credibilidad es que los actos deriven los conceptos, la comunicación a través de la acción.

Hay inconsistencia en las respuestas que muestran la identificación que tienen estos anuncios con lo que sucede en Fomerrey 116, pues por un lado el 82 por ciento afirma que cuando ve un anuncio en contra de las drogas recuerda lo que sucede en su colonia (pregunta 34), pero por otro lado el 62 por ciento dice que lo que se presenta en estos anuncios es distinto a lo que sucede en su colonia (pregunta 36). Quizá esto se debe a una falta de claridad en la pregunta, o bien a que al ver estos anuncios recuerdan su entorno porque están conscientes del consumo de drogas que ahí prevalece, pero los escenarios, personajes y situaciones de vida son distintos a lo que sucede en su colonia, tal como lo afirmaron los maestros e informadores clave al ser entrevistados, respecto al nivel socioeconómico al que parecen estar dirigidos estos anuncios, más alto al que se vive en esta colonia.

**TABLA 14**  
**SUBCATEGORÍA 3.3 DE PREGUNTAS:**  
**PERCEPCIÓN DE INFLUENCIA DE ANUNCIOS EN FOMERREY 116**

No. Pregunta	Contenido de la pregunta	RESPUESTA (%)	
		Verdadero	Falso
31	Aunque haya anuncios en contra de las drogas, los jóvenes continúan consumiendo drogas en mi colonia.	77	23
34	Cuando veo un anuncio en contra de las drogas recuerdo lo que sucede en mi colonia.	82	18
35	Gracias a los anuncios y campañas en contra de las drogas, hay menos jóvenes que usan drogas en mi colonia.	56	44
36	Lo que pasa en los anuncios y campañas en contra de las drogas es distinto a lo que sucede en mi colonia.	62	38
37	Creo que en nada ayudan los anuncios y campañas en contra de las drogas para que los jóvenes de mi colonia dejen de consumir drogas.	57	43

#### 4.2.1. Conclusiones de la encuesta

Lo anterior viene a confirmar lo que ya se había detectado cualitativamente entre los menores que participaron en los grupos de enfoque, tanto ellos como quienes forman parte de la muestra que respondió al cuestionario, no tienen una alta recordación e identificación de las frases utilizadas en las diversas campañas antidrogas difundidas a través de los diferentes medios de manera masiva, selectiva o personal. Es entonces cuando se vuelve cuestionable el beneficio que puede aportar esta diversidad de mensajes preventivos, especialmente al analizarlos de manera particular dentro de una comunidad con características también muy particulares, entre ellas el alto riesgo en el consumo de drogas que viven sus habitantes.

Para los menores encuestados estas campañas masivas no marcan una diferencia, su existencia no ha contribuido para que los jóvenes dejen de consumir drogas y ellos mismos, a su corta edad, están conscientes de que necesitan de otro tipo de programas sociales dirigidos de manera más personal hacia su comunidad, de acciones conjuntas que beneficien a todo su entorno, en una búsqueda por disminuir los diversos problemas que pueden orillar a que muchos jóvenes busquen refugiarse en las drogas, ocasionando esto también a su vez otras tantas problemáticas que vienen a complicar aún más la situación.

Lo que también se percibe en los resultados tanto cuantitativos como cualitativos, es que la mayoría de estos menores están satisfechos con su entorno familiar, tienen confianza con sus padres y la comunicación intrafamiliar está presente. Esto es un punto a su favor, que lamentablemente puede verse quebrantado al salir de ese pequeño círculo familiar para pasar al social en una comunidad de alto riesgo, especialmente en una etapa de la vida como lo es la adolescencia.

#### 4.3. Resultados de entrevistas con profesores y directores de Escuela Primaria Federal Emiliano Zapata

Después de haber realizado los grupos de enfoque y aplicar los cuestionarios a los alumnos de cuarto, quinto y sexto grado de esta escuela primaria, se procedió a conocer la opinión de los profesores de estos mismos grados escolares, aplicando a ellos una entrevista semi-dirigida en la que participaron cuatro profesores y cuatro profesoras, incluidos el director y directora de ambos turnos.

Por el turno matutino participaron dos profesoras, de cuarto y sexto grado, y un profesor, de quinto grado; mientras que por el turno vespertino la participación fue a la inversa. Se consideró para la selección de los profesores, aquéllos que más antigüedad tuviesen dentro del plantel por estimar que tendrían mayor información de la situación que prevalece en la colonia Fomerrey 116. En el caso de los directores de ambos turnos, se entrevistaron sin importar el tiempo de permanencia en su puesto o dentro de la colonia. De esta forma se tiene que la antigüedad en esta escuela de cada uno de los entrevistados es:

- |                                      |         |
|--------------------------------------|---------|
| ▪ Directora de turno matutino        | 12 años |
| ▪ Profesora de cuarto grado matutino | 13 años |



▪ Profesor de quinto grado matutino	10 años
▪ Profesora de sexto grado matutino	6 años
▪ Director de turno vespertino	2 años
▪ Profesor de cuarto grado vespertino	10 años
▪ Profesora de quinto grado vespertino	4 años
▪ Profesor de sexto grado vespertino	5 años

La entrevista se realizó dentro de una oficina de la escuela, en donde se explicó a cada entrevistado el objetivo de la misma y la importancia de que fuese grabada para su posterior análisis e interpretación.

#### *4.3.1. Conocimiento de campañas y programas sociales en contra de las drogas*

La difusión masiva de campañas o anuncios en contra de las drogas no parece estar muy presente en la mente de los profesores de esta escuela, a casi todos les es difícil recordar alguna y solamente una minoría menciona espontáneamente los anuncios transmitidos en Televisión Azteca con el eslogan “*Vive sin drogas*”. Quizá al plantearles esta pregunta sobre conocimiento de programas sociales o campañas de comunicación, quisieran hacer referencia a programas más completos pero desconocen la existencia de los mismos, es entonces cuando algunos se limitan a mencionar los anuncios de televisión y en la mayoría es necesario darles una breve referencia, como pedirles que mencionen los que han visto en medios masivos o si alguna institución ha visitado la escuela o colonia con campañas antidroga, para que les sea más fácil la recordación y den su opinión de éstos.

Aunque no de manera espontánea, hubo quien mencionó a Centros de Integración Juvenil y a la Secretaría de Salud, la cual organizó pláticas para profesores hace uno o dos años que posteriormente fueron transmitidas a alumnos de quinto y sexto grado. Además una de las profesoras tiene contacto con gente del Consejo Estatal de Población y esporádicamente se les cita para que den pláticas sobre temas específicos tales como: farmacodependencia, autoestima, educación sexual. La selección de los temas dependen de la edad de los alumnos a quienes se van a dirigir; sin embargo, se percibe que no hay una planeación o continuidad de esta actividad, ya que al parecer no se ha hecho extensiva a toda la escuela y, aunque hay la apertura para que se promueva en otros grupos, esto no se ha organizado periódicamente.

Hay desconocimiento sobre programas o campañas que actualmente se estén realizando en esta colonia, relacionadas con el tema de la farmacodependencia, solamente mencionan la contribución de ellos mismos como profesores a través de alguna materia impartida a sus alumnos, en donde abordan el tema de las drogas y el daño que éstas ocasionan a la salud. Hubo quienes recordaron la campaña realizada el año pasado por la Secretaría de Educación, de la cual manejan diferentes nombres: “*todos contra las drogas*”, “*contra adicción*”, “*libro amarillo*”, siendo su nombre correcto “*Contra adicción todo Nuevo León*”. Lo anterior confirma la falta de la “*ley de concentración*” descrita por Ries y Trout (1993:41), referente al hecho de que en la actualidad no existe una palabra que quede grabada en la mente del público para prevenir el consumo de drogas. Aquí es posible apreciarlo con un solo programa, lanzado por una sola institución, a un público de una misma escuela.

*Nosotros estábamos el año pasado en 'todos contra las drogas' un programa que implementó el gobierno estatal. Fuimos a un curso que nos daban por semana y juntábamos a los niños para hablarles de desintegración familiar, de drogas, de diversos temas y se les daba un pequeño examen. Esto fue el año pasado, ahorita no ha llegado esto, fue en un período del año escolar, hubo un seguimiento. Fue para niños de cuarto, quinto y sexto.*

*El año antepasado nos llegó un programa y nos dieron un libro, se llamaba 'contra adicción', nos dieron conferencias nada más para quintos y sextos, y decíamos: 'porqué nada más quintos y sextos si todos nuestros alumnos están inmersos en la comunidad y están viviendo estos problemas, porqué no darles desde primer año que necesitan la plática', eso quedó en veremos... Pero como que fue al vapor y nada más basándonos en el libro ese que nos entregaron, siguiendo el libro amarillo nada más y a como uno tuviera la información, las experiencias que podemos tener y así nada más, muy empírica la cosa... Para empezar hicimos eso y ya no siguió nada, ya los alumnos están en secundaria y no se ha visto nada más.*

*Todos los maestros tenemos un libro amarillo sobre adicciones y ahí lo tengo yo, se les habla de las drogas e incluso en el libro de ciencias naturales y en el laboratorio se habla sobre adicciones y los daños que causan. Ese libro amarillo se lo mandaron a todos los maestros.*

Cabe señalar que este programa solamente fue recordado por profesores del turno vespertino y se percibe inconsistencia entre quienes lo han recibido, pues mientras que para uno fue el año pasado, otro dice que fue hace dos años. Además hay variaciones sobre los niveles escolares que éste comprende. Quizá esta es la forma en que a cada uno les fue planteado, tal vez asistieron a cursos diferentes con nombres y objetivos similares. Sólo tres profesores mencionaron tener conocimiento de este programa, que actualmente no está vigente dentro de esta escuela de manera formal, aunque dentro de alguna materia abordan el tema de adicciones.

Para mayor detalle, una de las profesoras explicó que este programa consistió en que la Secretaría de Educación reunió a un maestro de quinto y uno de sexto de cada escuela de la zona, para que les dieran una conferencia y el libro "Contra adicción todo Nuevo León"; además les solicitaron material en donde sus alumnos ilustraran su conocimiento sobre alcoholismo y drogadicción, realizando así trabajos en equipo que después fueron presentados y compartidos con el resto de los grupos del mismo nivel académico. Esto duró sólo seis sesiones y posteriormente no se le dio más seguimiento, tampoco se les autorizó para adecuar el programa a niños de los primeros niveles escolares.

*En muchas ocasiones nos damos cuenta de que nos limitan.... ya a estas alturas, en que los niños están más informados que uno, cómo les vamos a estar tapando el sol con un dedo siempre; al contrario, quién sabe qué tantas dudas traerán. Tenemos que investigar, si no sé investigo para contestarte.*

Otro programa de la Secretaría de Educación que algunos conocen pero no ha sido implementado en esta colonia, es el de "Escuela para padres". Perciben que por falta de recursos económicos y humanos, la Secretaría no ha hecho extensivo este programa a todas las escuelas, ya que se requiere de un profesor para impartir cursos específicos a los padres de familia, en quienes ellos consideran está gran parte de la responsabilidad para que los menores no opten por el camino de las drogas. Saben que este programa está vigente en algunas escuelas de la localidad y aunque es poca la asistencia de los padres de familia, consideran que es muy positivo tener la opción para ofrecerla en la comunidad.

*Yo tomé ese curso (escuela para padres) hace como seis años, lo dio Enlace. Cuando entré a ese curso la SEP nos iba a poner un maestro en cada escuela, pero usted sabe que SEP a lo mejor no tiene dinero para pagarle al maestro porque sería una clase extra en otra escuela y no había solvencia económica; por eso muchos compañeros no siguieron. Pero ese programa está excelente. El curso duró de enero a noviembre, todos los sábados de 8 de la mañana a 2 de la tarde. Se capacitaron como 500 maestros.*

*En donde trabajo en la mañana sí lo tenemos (Fomerrey 106, arriba de Tierra y Libertad). De 300 madres de familia van 15. Es al mismo tiempo en que los niños están en la escuela, en la clase de deportes los cuida otro maestro y la maestra que tiene este programa se pone a exponer su material a los padres de familia y se les pone una pequeña encuesta. El programa es bueno, pero falta la asistencia de padres. La desventaja es que un gran porcentaje de padres trabaja.*

*La maestra... se fue a una plática de escuela para padres, pero ya no se hizo aquí por falta de tiempo, tal vez otras escuelas lo están haciendo, pero si aquí se vuelve a dar la oportunidad, sí sería muy conveniente. La maestra fue a una mañana de capacitación, no fue muy amplia, faltó tiempo para prepararla mejor, es que avisaron con poco tiempo, todo es de un día para otro.*

*No lo llevo (programa escuela para padres) porque mis maestros no lo tomaron y no lo tomaron porque eso implica más tiempo extra, tendrían que dedicar más tiempo a los padres y dejar al grupo o venir los sábados para hacer el programa, cuestionarios. Es muy bueno, pero debería haber un local, una escuela especial para ellos, que el mismo gobierno la patrocinara y lo hiciera y que mandara gente especializada que pueden ser maestros o psicólogos... Esto requiere mucho tiempo y vienen dos, tres o cuatro padres lo máximo y no se va a lograr nada, para que esto logre resultados necesitan venir todos los padres... No he tratado de poner la escuela para padres porque no hay presupuesto y no puedo obligar a los maestros.*

Según estos comentarios de los profesores, se percibe poca planeación y seguimiento en estos dos programas de la Secretaría de Educación, quizá sea esto derivado de una falta de recursos económicos y humanos. En general puede decirse que los consideran buenos pero, al no haber continuidad, algunos de ellos se desanimen hacia este tipo de actividades que indudablemente bien dirigidas serían de gran ayuda en colonias como Fomerrey 116, en donde es posible encontrar en el entorno problemas de adicciones, desintegración familiar,

comunicación, violencia intrafamiliar, etc. Puede ser muy limitado impartir este tipo de programas sólo esporádicamente a los alumnos de los niveles superiores de educación básica cuando, en muchos casos, desde primero de primaria o incluso antes, ya están viviendo situaciones de riesgo.

Por otro lado, hay profesores que tienen total desconocimiento de estos programas o de algún otro impartido por la Secretaría de Educación para el combate a las drogas, consideran que falta participación y apoyo de esta institución y que muchas veces sólo se limita a cuestiones administrativas. La inconformidad está latente en algunos de ellos y quienes se atreven a manifestarla hablan abiertamente de las ineficiencias que perciben y de la falta de apoyo que reciben de la institución a la que pertenecen, siendo insuficiente para las carencias de la colonia en donde imparten clases.

*No, yo no veo ninguna participación, falta, creo que la SEP a veces se ocupa nada más de cuestiones administrativas, o si el maestro faltó o no faltó, o si llegaste tarde te rebajan el día. Hablo por esta escuela y aquí no veo que venga alguien de SEP a enseñarnos a nosotros como maestros para que lo hagamos más adelante con los alumnos... Creo que los programas existen y existen los videos y existe mucho, pero falta mucho enlace, falta ese puente de comunicación entre la SEP y el maestro, el que está frente al grupo. Como que a veces se olvidan de nosotros y se olvidan de que somos los más importantes en este trabajo con los alumnos, porque somos los que tenemos un trato directo con ellos.*

*Yo digo que no (hay participación de SEP), sólo en los libros de texto. Pero yo nunca he visto que venga una brigada con psicólogos, doctores, maestros, a combatir esto (farmacodependencia), no, nunca, ojalá que un día se hiciera.... No estoy enterado (de programas contra drogas de SEP), si los hubiera, ojalá que los difundan más a los maestros para que estemos enterados de qué se forman y el objetivo.*

*No, no hay nada. A lo mejor sí hay, pero desconozco.*

Quizá la información no les ha llegado a todos por igual y desconocen la participación que tiene la Secretaría de Educación en la prevención de adicciones, esto es posible describirlo mediante la teoría de Miége (1996:17) sobre los ruidos que se pueden presentar en el canal de información y por consiguiente no se alcanza a transmitir de la forma deseada el mensaje o, en el peor de los casos, el mensaje no les ha sido enviado y por esta razón no han sido informados.

Algunos otros profesores buscan justificar el apoyo de la Secretaría de Educación en esta colonia hablando de acciones de combate a las drogas que se han tomado en esta y otras escuelas, mencionan como participación de la Secretaría: el operativo mochila que se tuvo hace tiempo en escuelas secundarias; la vigilancia por parte de los directores de las escuelas para que no haya vendedores ambulantes fuera de éstas; algún material gráfico o carteles que les son enviados con mensajes alusivos para colocarlos en áreas visibles de la escuela, o simplemente la introducción de estos temas dentro de los libros de texto a partir de cuarto grado.

*Se me hace que sí (hay programas de SEP), lo que pasa es que a veces uno no está enterado, pero sí hay programas, no se si a nivel primaria, pero a nivel secundaria yo creo que sí hay. No sabría decir cómo lo difunden, a lo mejor a través de los mismos maestros, pero no estoy segura.*

*Con textos, con papelería, con el apoyo de los maestros que de hecho sí lo estamos haciendo, si no todos, pienso que sí la gran mayoría (así participa la SEP). Pero falta mucho más, se tienen que buscar otros medios que repercutan más y que hagan más efectivo el hecho de que no haya este tipo de adicciones... Hace falta que se haga algo cada mes.*

Es claro que la comunicación entre la Secretaría de Educación y estos profesores no es muy estrecha, se percibe en la mayoría de ellos que se sienten aislados de lo que ocurre en la institución de la cual forman parte, no son partícipes de sus programas y tampoco se involucran activamente dando su opinión sobre lo que resultaría más conveniente para los alumnos de esta colonia, ya que cuando algunos lo han hecho han percibido que no se les ha tomado en cuenta.

Sin embargo, el “momento de la verdad” está en los profesores, son ellos quienes tienen el contacto directo con los alumnos y de nada sirve todo lo que pueda planearse desde un escritorio a nivel institucional, si eso no es puesto a consideración de esta parte importante de la cadena usuario – servidor. Quizá habría más participación y entusiasmo de su parte si sus propuestas fueran escuchadas y analizadas, después de todo si asumen un papel proactivo, con responsabilidad y compromiso, ellos representan “la voz de los alumnos” y sólo conociendo sus necesidades es posible buscar la forma de satisfacerlas.

#### 4.3.2. *Influencia de campañas y anuncios en los alumnos*

Una vez ubicados los profesores en el nivel mínimo de conocimiento de anuncios televisivos, ya que algunos saben de su existencia pero desconocen su contenido, les es posible opinar sobre la influencia que éstos pueden tener sobre sus alumnos, afirman en todos los casos que los anuncios no son suficientes para combatir la farmacodependencia. Pueden contribuir de manera preventiva, hay quienes aseguran que con una persona que cambie positivamente después de ver este tipo de anuncios, ya se está haciendo algo. Pero algunos profesores tienen sus dudas de que en realidad éstos anuncios ayuden o quizá sólo sean generadores de curiosidad e inquietud por probar drogas. Aquí lo interesante sería conocer qué tantos menores son influidos de manera positiva, negativa o simplemente son indiferentes. Los profesores dan su versión sobre la percepción que tienen de las diversas influencias que los anuncios pueden generar.

#### Influencias positivas:

- Proporcionan orientación e información preventiva contra las drogas
  - Los niños se dan cuenta de que las drogas destruyen
  - Hace que los menores reflexionen, se sensibilicen y quizá desistan, antes de probar las drogas
  - Hacen recapacitar al menor, pero son más efectivos cuando hay además buenas relaciones familiares

- Muestran una realidad sobre el efecto de las drogas o falta de éstas, lo que puede hacer que el menor evite probarlas
- Lo pegajoso y rítmico de la canción que incluyen algunos de estos anuncios, hace que los menores la repitan y tengan algo positivo en su mente

#### Influencias negativas:

- Despertar ***curiosidad*** por probar drogas
  - Exceso de difusión contra las drogas, puede causar efecto contrario en los menores
  - Más que una prevención, en algunos casos son una invitación
- Anuncios tan explícitos que incluyen adolescentes en algún momento disfrutando de la droga, no son apropiados para niños pequeños y pueden causarles confusión
- La información que se proporciona en el tiempo de un comercial es insuficiente y puede dejar dudas en los menores

#### Indiferencias:

- Frente a ***otros problemas*** que el menor puede estar viviendo y que son considerados situaciones de riesgo, los anuncios no tienen la menor influencia para evitar que se inicie en el uso de drogas, si así lo desea
- Es difícil que sólo con información el muchacho pueda rechazar las drogas, hace falta complementarla con ***programas de otro tipo***: deportes, atletismo, talleres, etc.

Como en todo, los anuncios en contra de las drogas tienen su aspecto positivo: la prevención; y su aspecto negativo: despertar curiosidad; además la indiferencia de otro grupo al que quizá los anuncios no lo influyen por estar distanciado de situaciones de riesgo, o bien se trata de un grupo con tantos otros problemas que el uso de drogas puede ser visto más bien como un escape de éstos.

Todo puede depender de las circunstancias del receptor, tal como lo aclara Homs (1995:32-34): si el individuo ya tenía una idea formada cuando recibió el mensaje, no cambia ni la opinión, ni las actitudes, ni la conducta del receptor; más bien refuerzan la tendencia existente antes del mensaje. También existe el caso de los mensajes prohibitivos, que en ocasiones hacen más obsesiva la búsqueda de lo prohibido. Pero si hay coincidencia entre la propuesta del mensaje y la postura original del receptor, no hay objeto ni tema por modificar.

Los profesores entrevistados opinan que aunque sí pueden ayudar, por sí solos los anuncios no son una fuente de herramientas para que los menores salgan bien librados cuando estén frente a las drogas, esto depende mucho de la situación familiar o personal que vivan en ese momento y de los valores que la misma familia les haya inculcado desde pequeños. Como profesores, se saben responsables junto con la familia, de orientar al menor con información que complemente lo que están viendo en los anuncios televisivos, tratando de evitar en ellos confusiones o curiosidad por probar drogas.

*Yo creo que se necesitaría algo más fuerte, más directo, más personal; porque la tele es un poco fría, entonces algo más directo... Está muy generalizado, las veo muy abiertas (las campañas).*

*Si de diez, dos agarran la onda, ya sirvió para algo, no fue en vano el tiempo al aire, la producción, edición, actores, creo que con que salves un alma ya estamos del otro lado del río.*

*Los hacen reflexionar un poquito (anuncios), no creo que los detengan completamente, pero pues por lo menos lo piensan, a lo mejor lo piensan antes de hacerlo, a lo mejor por curiosidad algunos también lo intentan, las prueban. No podría afirmar que sí ayudan o no.*

*Pues ayudan y no (los anuncios). Ayudan porque se está previniendo esto con orientación e información para que los muchachos no lo hagan; por otra parte se está dando una información y quizá los niños pueden decir 'voy a ver qué siento, voy a probar' y pueden irse por ahí. Es el pro y el contra.*

También hay quienes consideran que se ha llegado a una saturación del tema, se habla tanto de lo mismo que a los menores ya no les llama la atención el mensaje o bien bromean con el contenido de éste, restando la seriedad que pudiese tener. Con esto es posible perder la credibilidad de estos anuncios que buscan crear situaciones asociadas al uso de drogas, siendo quizá generadores de ideas para que los menores recurran a ellas cuando están cerca de una situación similar, muy común de su edad y sobre todo porque viven en un entorno de alto riesgo.

*Es mucho bombardeo de información, de publicidad por todos lados y los niños siempre son curiosos por naturaleza, entonces qué tal que en lugar de decir 'no las voy a probar'; dicen, 'mejor sí para ver a qué sabe o porqué es tanta la difusión.*

*Pienso que a lo mejor el tema (combate a las drogas) llega a un punto de choteo, porque se habla tanto de lo mismo que ya no volteamos a verlo, ya como que pasa de moda.*

Además muchos de los anuncios manejan implícita o explícitamente a la muerte como una consecuencia del abuso de drogas y esto es percibido, por algunos profesores, como negativo para los menores ya que en ocasiones, consciente o inconscientemente es lo que el adolescente desea. La muerte o estar muy cerca de ella, puede hacer que su familia le preste atención, puede ser un escape definitivo de la situación de vida que lleva, por lo que a veces esto no resulta impactante y por el contrario es estimulante para el consumo de drogas.

De ahí la importancia de la segmentación, no es lo más conveniente estandarizar a la sociedad y enviar un mensaje que para algunos puede ser favorable y para otros no; conviene buscar los horarios y medios más apropiados, además de reforzar el mensaje de manera selectiva o directa en los segmentos en donde pudiera captarse un mensaje distorsionado, pues como ya lo ha expuesto Martineau (1964:288), existen profundas diferencias psicológicas y motivacionales entre los individuos de las clases populares y los pertenecientes a las clases medias.

*Se le dice (al niño) te hacen daño (las drogas) y el niño puede pensar 'aunque me hagan daño, qué tiene, de algo me voy a morir'. El niño piensa muchas cosas, no le importa la opinión de los mismos padres, por su mismo desarrollo, son las tentaciones que le entran psicológicas y fisiológicas.*

En su opinión el cómo influyen estos anuncios depende mucho de la situación de cada persona, de su autoestima, de su relación familiar, comunicación con sus padres, valores aprendidos, de todo su entorno familiar, social, escolar. Porque mientras en algunos segmentos de la población pueden resultar muy aceptables y convincentes, en otros en donde se vive más de cerca el narcomenudeo y consumo de drogas, una cosa es la televisión y otra la realidad. Esto va de acuerdo con la teoría de Schramm (1988:5) sobre la idea de que la fuente puede codificar y el destino puede decodificar, pero sólo en función de la experiencia que cada uno haya tenido; el mensaje enviado puede no abarcar la realidad del destinatario y en esa medida será de poco interés o rechazado.

*Deben impactar de forma positiva (los anuncios), pero tienes el peor enemigo: el bateador, el que te vende, te surte y el amiguito, primito o vecino que ya se droga. Es una realidad contra un mensaje de advertencia. Tu sabes que está mal, pero te dicen: 'no hombre, no te creas, se siente padre, te olvidas de que tu mamá te pegó o te olvidas de que el maestro te encarga mucha tarea y eres bien machín, toda la raza te dice que eres bien machín. Tienes así como el angelito bueno y el malo.*

Con lo anterior se refuerzan las diversas opiniones que los profesores de esta escuela ubicada en Fomerrey 116 tienen sobre los anuncios que buscan prevenir el consumo de drogas, ellos consideran que de manera aislada éstos no son suficientes para adolescentes en entornos de alto riesgo, se requiere de otro tipo de programas complementarios que los mantengan ocupados en actividades apropiadas para su edad, que encuentren un sentido a su vida diferente a los problemas que pudiesen tener y que muchas veces son la causa o consecuencia del consumo de drogas.

#### *4.3.3. Sugerencias para un programa preventivo de uso de drogas*

En vista de que el mensaje de un anuncio televisivo no es suficiente para combatir la farmacodependencia dentro de Fomerrey 116, los profesores de la Escuela Primaria Emiliano Zapata sugieren otro tipo de acciones para integrarlas a un programa social preventivo, que contribuya verdaderamente con cambios positivos en el entorno de esta comunidad. Tales acciones incluyen tanto a los menores de la colonia como a padres de familia, otros familiares directos y la comunidad en general. El qué hacer y el cómo hacerlo sugerido por los profesores se presenta en el Tabla 15.



**TABLA 15**  
**SUGERENCIAS PARA UN PROGRAMA PREVENTIVO**

QUÉ HACER	CÓMO HACERLO
Conferencias y pláticas para prevenir el consumo de drogas, dirigidas a: niños, jóvenes, padres de familia y maestros, por separado y bien enfocadas para cada grupo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que vengan personas capacitadas a impartir estas conferencias, pero de manera constante: en la iglesia, en la escuela, algún centro social</li> <li>- Con brigadas interdisciplinarias que visiten periódicamente cada colonia, en las que participen maestros, inspectores, psicólogos, trabajadores sociales, médicos</li> <li>- Invitar a todos los jóvenes de la colonia, colocando carteles visibles para que asistan a estas conferencias</li> <li>- Invitar a padres de familia a pláticas que los orienten sobre este tema</li> <li>- Entregar información escrita, folletos</li> <li>- Orientar a los jóvenes sobre lo que pueden hacer en su tiempo libre</li> </ul>
Formación de valores en los niños, jóvenes y padres de familia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A través de la escuela con pláticas especiales de los profesores</li> <li>- A través de los padres de familia, primero invitando a éstos a pláticas de formación de familia, valores, comunicación, integración. Para que ellos a su vez lo transmitan a sus hijos</li> </ul>
Talleres de artesanías, trabajos manuales, electricidad, carpintería, costura, tejido, bordado, cocina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediante gente de la SEP o del DIF que promueva estas actividades dentro de la escuela, para alumnos y padres de familia</li> </ul>
Promoción deportiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de áreas y clubes para practicar deportes (parques, canchas gimnasio, plazas públicas)</li> <li>- Colaboración de un promotor deportivo para dar seguimiento a esta actividad</li> </ul>
Promoción cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Con campañas de alfabetización para adultos, dirigidas a padres de familia</li> <li>- Que los alumnos participen en actividades culturales de canto, música, teatro, títeres y además llevarlos a funciones de este tipo</li> </ul>
Crear fuentes de trabajo para mejorar ingresos familiares	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitando y creando fuentes de empleo para padres de familia</li> </ul>
Grupos de ayuda para consumidores de droga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirigidos a gente de escasos recursos con pocas posibilidades de pagar un internamiento.</li> </ul>
Promoción de actividades productivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que los jóvenes participen en actividades productivas para beneficio de su comunidad (como el programa de chavos banda)</li> </ul>
Prohibir venta de cigarrillos y bebidas alcohólicas a menores de edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer multas a tiendas y depósitos que violen este reglamento</li> </ul>

Con estas sugerencias queda claro que para los profesores hay una serie de actividades adicionales a realizar para orientar a los jóvenes y darles otras opciones de vida distintas al consumo de drogas. Como ya se ha mencionado dentro del marco teórico, el problema de las drogas a veces puede ser un problema legal, muchas veces es un problema médico, pero siempre es un problema educativo, se requiere de una educación integral que abarque no sólo

conocimientos, sino también valores, creencias y actitudes que se opongan al uso de drogas (De la Garza, 1983:171-172). Sin embargo, no descartan por completo la transmisión de anuncios con este fin en la televisión, hay que recordar que los consideran dentro de las medidas preventivas que se mencionaron como positivas, pero con algunos cambios en su formato o programación, ellos sugieren:

- Mostrar *consecuencias reales* de lo que las drogas ocasionan en la persona después de consumirlas, no sólo la muerte, pues para muchos que usan drogas esto puede ser lo mejor. Sería más conveniente mostrar un tipo de enfermedad, de parálisis, algo que quizá resulte más impactante además de incluir testimoniales de personas afectadas a consecuencia del consumo de drogas.
- Establecer *horarios específicos* para cada tipo de comercial, dependiendo si éste es dirigido a niños o a jóvenes.
- Incluir *imágenes y mensajes específicos* para cada edad a la que se dirige el anuncio. Que se les muestren los peligros que les esperan y por dónde les pueden llegar a ofrecer drogas: con vendedores ambulantes de raspados, tostadas, pegamentos de la piel tipo tatuaje. Abrirles la mente a los niños para que sepan por dónde los pueden atacar, que sean más precavidos para que no los agarren descuidados.
- Transmitir publicidad en *otros medios masivos* además de la televisión: radio, prensa, cine, dirigiéndola específicamente a cada segmento diferente.
- Incluir *más texto y menos imágenes* de jóvenes consumiendo droga. Las imágenes pueden ser mal interpretadas y el texto se pretende que lo lean y entiendan claramente.
- Mostrar el *daño moral* que un joven consumidor de drogas puede ocasionar a sus padres, a la gente que lo quiere, a su entorno.

Las consecuencias reales del uso y abuso de drogas, es lo que la mayoría de los profesores sugiere para incluir dentro de los anuncios televisivos. Consideran que el mostrar a la muerte como única consecuencia no es suficiente, pues para muchos de los que consumen droga este es precisamente su objetivo para escapar de su situación de vida. Algo más impactante podría ser incluir testimoniales de gente con secuelas graves de la farmacodependencia.

#### 4.3.4. Panorama general de Fomerrey 116

Desde el punto de vista de los profesores entrevistados, quienes habitan en otras colonias pero su antigüedad en la escuela Emiliano Zapata oscila entre los dos y los trece años, Fomerrey 116 es una colonia semiurbana, con carencias económicas, en donde los hombres, padres de familia, se dedican principalmente a la albañilería, trabajan como obreros en una fábrica, comerciantes, tienen sólo empleos eventuales y en algunos casos se van a Estados Unidos a trabajar. Las mujeres, madres de familia, que trabajan fuera de casa lo hacen como empleadas domésticas, obreras o bien en oficios nocturnos, que no fueron especificados por los profesores que así lo mencionaron. La población de esta colonia proviene principalmente de

San Luis Potosí, Zacatecas, Tamaulipas, Durango, Veracruz, o de otros municipios de Nuevo León: Doctor Arroyo y Galeana. Llegaron hace años y los niños que actualmente están en edad escolar, casi todos ya son nacidos en Monterrey.

En sus inicios, hace trece años, Fomerrey 116 estaba prácticamente deshabitada y los profesores hicieron labor para buscar alumnos, completando un grupo por cada nivel escolar de primero a sexto de primaria. Impartían clases en las mismas casas de gente que ya habitaba el lugar o bien en bodegas que estaban desocupadas y les eran prestadas por sus dueños; posteriormente se ubicaron en tejabanos o aulas móviles, así estuvieron por dos años, hasta que en 1989 les entregaron el edificio escolar que tienen hasta la fecha.

Actualmente y según la opinión de los profesores, esta comunidad de 8,298 personas (INEGI, 1995), cuenta entre sus principales problemas a la farmacodependencia, siendo las drogas de mayor consumo inhalantes como resistol, cemento y thinner; la mariguana y en menor proporción, la cocaína. Los menores se inician consumiendo estas drogas aproximadamente entre los 10 y 12 años de edad. Otros problemas que se mencionan como característicos de Fomerrey 116 son:

- Pandillerismo. Grupos de jóvenes son los protagonistas de escenas de violencia en la colonia, principalmente por las noches y los fines de semana.
- Alcoholismo. Esto principalmente en los padres de familia y los menores son testigos de borracheras o incluso, son ellos mismos quienes tienen la “responsabilidad” de ir a comprar la “caguama” para su padre.
- Ocupación del tiempo libre. A los niños les falta una guía de lo que deben hacer y en ocasiones los padres no se preocupan por ellos, por saber en dónde están, con quién, qué hacen en su tiempo libre.
- Pobreza. Hay mucha gente subempleada o desempleada, lo que ocasiona serios problemas económicos en la familia.
- Falta de comunicación intrafamiliar. En muchos hogares, quizá por falta de tiempo de los padres que se ven obligados a trabajar para resolver problemas económicos, se descuida la comunicación con los hijos, el cuidado propio de cada edad, la disciplina, el fomentar valores en ellos; esto muchas veces es la raíz de problemas posteriores en los menores.

#### 4.3.5. Conclusiones de entrevistas con profesores de Fomerrey 116

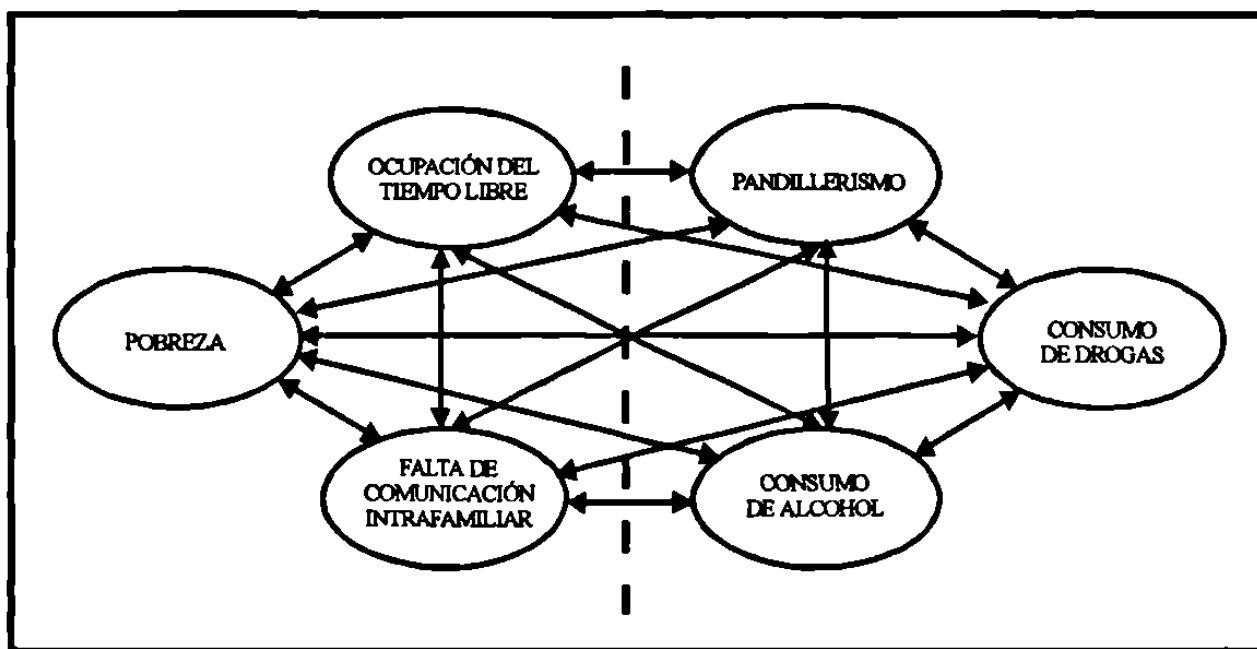
Aunque los programas de la Secretaría de Educación para la prevención de adicciones son considerados como positivos por los profesores que los recuerdan, no todos tienen conocimiento de ellos y esto ocasiona que la información no llegue al último eslabón de la cadena: el alumno. Sin embargo, dentro de la información comprendida en los libros de texto también imparten algunas medidas preventivas para orientar a los menores, aunque lo más conveniente sería que los programas diseñados especialmente para el combate de adicciones llegara a esta población meta para la cual fueron creados.

En opinión de los profesores de esta escuela primaria, la prevención que se difunde a través de medios masivos puede contribuir en los menores de manera preventiva; pero según el receptor, también puede ser generadora de curiosidad e inquietud por probar drogas, por lo

que sugieren que ésta sea complementada con otro tipo de programas preventivos difundidos de manera directa dentro de la población, especialmente por tratarse de una colonia de alto riesgo en el consumo de drogas, en la que además se presenta el pandillerismo y el consumo de alcohol.

Los anteriores problemas, aunados a la falta de comunicación intrafamiliar y de ocupación del tiempo libre dentro de una colonia que vive en pobreza, pueden esquematizarse como se muestra en la Figura 1, en donde existe una conexión entre todas estas situaciones, conflictivas o no; aunque no es posible asegurar que una de ellas es la iniciadora o culpable de que las otras se manifiesten; porque si bien es cierto que la pobreza puede ocasionar graves problemas, también es cierto que muchos de éstos se presentan en donde no hay pobreza: consumo de drogas, de alcohol, falta de comunicación intrafamiliar, ocupación del tiempo libre, pandillerismo; y así es posible ejemplificar cada uno de ellos. No es condición necesaria ni suficiente el que uno de estos problemas en específico esté presente, para que sea causa o consecuencia de otro de ellos, como el consumo de drogas, cada persona puede tener un motivo particular para iniciarse en esta forma de vida.

**FIGURA 1**  
**MODELO DE RELACIONES ENTRE SITUACIONES**  
**DE VIDA EN FOMERREY 116**



Es posible que de abordarse los tres problemas que se encuentran en el lado izquierdo de la línea punteada dentro de la Figura 1: *ocupación del tiempo libre, pobreza y falta de comunicación intrafamiliar*, haya una disminución en los índices de pandillerismo, consumo de drogas y de alcohol en esta colonia. Por lo que tal vez las campañas de comunicación en contra de las drogas pudieran ser elaboradas indirectamente, es decir, atacar de manera organizada y sistemática la ocupación del tiempo libre de los menores, mediante competencias deportivas; crear talleres para que aprendan oficios y que a la vez pueden ser generadores de ingresos en una búsqueda por disminuir los índices de pobreza; fomentar la comunicación intrafamiliar a través de conferencias a padres de familia, jóvenes y niños, en fin, buscar otras alternativas tales como las ya sugeridas por los profesores de esta colonia,

con la finalidad de disminuir los índices de pandillerismo, consumo de alcohol y de drogas entre los habitantes de Fomerrey 116.

#### 4.4. Resultados de estudio cualitativo con informadores clave de Fomerrey 116

Como ya se ha mencionado, los informadores clave representan una parte importante de la investigación dado su conocimiento del entorno, son ellos quienes pueden proporcionar información relevante de la forma en que perciben que son recibidas las campañas y programas sociales en contra de la farmacodependencia, por los menores de Fomerrey 116. Cabe destacar que se trata de una apreciación desde su punto de vista, lo más relevante de su información es la descripción que proporcionen sobre la colonia, la principal problemática que ahí se vive, lo que sugieren para un programa social que contribuya a mejorar el medio ambiente de esta comunidad, en fin, todo lo relacionado con el conocimiento del entorno que ayude de alguna forma a conocer un poco más la situación de vida de los habitantes de Fomerrey 116.

Para tal efecto, se realizó una entrevista única y semidirigida a los principales actores sociales de Fomerrey 116, quienes vienen a ser los informadores clave; se trata del sacerdote de la Parroquia Cristo Evangelizador, la secretaria de esta misma parroquia, el médico de la colonia, el juez de barrio y un comandante del Ministerio Público que es responsable de la seguridad de esta colonia. De tal forma que con estas cinco entrevistas, se encuentra información recurrente y muy similar a lo también expuesto por los profesores entrevistados en la Escuela Primaria Federal Emiliano Zapata, sobre la situación que se vive en esta colonia y la forma en que ellos sugieren podrían crearse programas sociales dirigidos a esta comunidad para mejorar su calidad de vida.

##### 4.4.1. Problemática de Fomerrey 116

Entre los principales problemas de la colonia se mencionan el bajo nivel educativo y la falta de comunicación intrafamiliar; el consumo de drogas en los menores está también presente, pero no es considerado por los informadores clave como un problema *per se*, sino que éste es derivado de los dos iniciales, los cuales son la raíz de otros más que aquejan a esta comunidad. Consideran que la situación que muchos menores viven dentro de su misma familia, así como las carencias económicas que padecen, pueden contribuir a que algunos prefieran refugiarse en las drogas como un escape de su situación de vida o como una forma de llamar la atención de sus padres, con quienes desean tener una comunicación de empatía que muchas veces les es difícil establecer.

De estos dos problemas, educación y falta de comunicación intrafamiliar, derivan otros más que se reflejan en muchos de los habitantes de este sector, cabe aclarar que se trata de una apreciación de gente que tiene participación activa dentro de la comunidad, pero es cierto y ellos mismos así lo señalan, que no es posible generalizar. Existen excepciones como en todos los casos, aunque aquí se abordará lo que de manera latente es el aspecto conflictivo de esta colonia:

- El bajo nivel educativo.
  - Deriva en una falta de empleo o empleos mal remunerados, la mayoría se dedica a la albañilería por falta de preparación.
  - Los bajos ingresos ocasionan que sus condiciones de vida no sean de calidad, hay hacinamiento, mala alimentación, poca oportunidad de brindar a los hijos una mejor educación, a veces se ven obligados a trabajar desde pequeños para ayudar con el gasto familiar.
  - El bajo nivel de educación y la falta de ingresos suficientes para subsistir, en ocasiones orillan a la violencia dentro y fuera de la familia, hay pleitos, robos, asaltos, lo que desemboca en el problema de seguridad pública, que también es insuficiente; detectan que las necesidades de esta colonia en materia de seguridad, rebasan la capacidad de atención de las autoridades correspondientes.

*La principal problemática de la colonia es la cultura, la educación, las creencias que tienen. La poca educación ocasiona el hacinamiento; la desintegración familiar; la alimentación, comen mucho pero mal. Es demasiada gente en un solo cuarto y de ahí qué no deriva, la violencia viene del hacinamiento, si hay 10 personas en una casa hay más broncas que si hay dos o tres. Lo principal es la educación, darles dinero, si les das dinero pueden hacer más cosas, cuartos más grandes para estar más separada la gente, si hay educación hay chanza de más trabajo, a final de cuentas es educación, no hay otra.*

*El principal problema es el nivel educativo, subir la educación, que causa problemas de seguridad pública. El nivel socioeconómico está tan bajo que los hijos tienen que trabajar o si no trabajan no hay para seguir dándoles educación y sus padres tampoco tienen una buena educación, entonces es un círculo.*

*La falta de empleo, son personas que no tienen estudios, les falta seguridad porque a veces hay buenos empleos, pero como que no se animan, no se sienten preparados, pudiera ser mejor con capacitación.*

*Aquí la gente tiene la mentalidad de que solamente la albañilería, lo que pasa es que por su misma preparación tienen temor a más responsabilidad. La preparación de estas personas es importante, pero lo más importante es que ellos quieran prepararse, es un poco difícil, aunque no imposible.*

- La falta de comunicación familiar.
  - Provoca que muchas veces los padres desconozcan las necesidades de sus hijos, las inquietudes propias de su edad para que pudieran orientarlos sobre lo que más les conviene.
  - Hay promiscuidad sin control, lo que lleva a embarazos no deseados en adolescentes. También se presentan casos de incestos de padres con sus hijas.
  - Los menores buscan en la calle, con sus grupos de pares, la comunicación y comprensión que a veces no reciben dentro de casa.
  - En ocasiones junto con esa comunicación y comprensión, encuentran también el uso de drogas y lo perciben como un escape, una salida, una forma de convivir.

*La falta de comunicación intrafamiliar de padres e hijos, la comunicación es muy importante y es la causa de muchos problemas. Somos los padres los que fallamos. La libertad supuesta que ellos llaman, es el libertinaje; hacen lo que quieren, andan en la calle hasta muy noche, jóvenes de 13 ó 15 años con una botella de caguama en la calle; si hay vigilancia pero no se cómo le hacen que ellos saben cuándo viene una unidad, inmediatamente corren y hay gente que les hace los paros, les permiten entrar (a sus casas para que no los arresten), aparentemente los están favoreciendo, pero para nada.*

*Hay una falta de diálogo con los padres, a veces no los podemos entender a los adolescentes; pienso que es falta de diálogo y otra es que a veces los papás están ahí, pero están ausentes para ellos.*

*Hay mucha promiscuidad, los niños y las niñas de 13 años ya tienen relaciones y también intrafamiliares, el papá más que la mamá es el que agrede, a lo mejor borracho o drogado, se les hace fácil y comienzan con sus incestos y sus cosas.*

*La violencia en las casas es la mayor parte, el problema de la pareja o que no hay pareja es lo que causa el problema de los jóvenes. Si hay adolescentes que se embarazan y muchos padres jóvenes (que se casan a consecuencia de un embarazo), pero yo no diría que ese es el problema central, más bien son las consecuencias.*

#### 4.4.2. Consumo de drogas en menores

De acuerdo con lo proporcionado por los informadores clave, aunque el consumo de drogas en menores puede tener, en muchos casos, sus raíces en el bajo nivel educativo o en la falta de comunicación familiar, es considerado un problema latente del que sus habitantes quisieran salir, pero no encuentran la forma ni la ayuda necesaria para darle una solución. Definitivamente no ha llegado al extremo de ser considerado una forma de vida en la comunidad, saben que es un problema, pero en ocasiones lo ven como algo ajeno que solo se vive en la casa del vecino, sin darse cuenta que en su propia familia también existe.

*Lo consideran todavía un problema, pero no siempre están conscientes que está en su casa; es el problema del vecino, hasta que te das cuenta.*

*No les gusta (vivir con el consumo de drogas), lógico que no les gusta; pero cómo le haces para salirte. Cuando tienes dinero ok, lo sacas al niño, a lo mejor hasta te vas de la ciudad o te cambias de colonia, pero cuándo no tienes dinero. Entonces ya lo ven como algo que no pueden contra eso... Necesitarían cambiar totalmente, pero cómo le hacen si no tienen dinero, no saben cómo hacerle, no tienen educación, no saben cómo sacar a sus hijos de las drogas. No les gusta definitivamente... aunque les dicen que se salgan de las drogas si siguen en este medio no van a salirse, no tienen dinero y ahí se quedan con el problema.*

*Es un problema, lo que pasa es que no pueden hacer nada, aunque les dicen a los muchachos (que dejen las drogas), pero los ignoran. Viven con el temor, es un miedo en la noche a salir solos, falta seguridad, pero no pueden hacer nada.*

Señalan que la edad de inicio en el consumo de drogas entre los menores de Fomerrey 116 es en promedio los diez o doce años; sin embargo, han encontrado casos de niños de siete o nueve años usando drogas. Principalmente las drogas de mayor consumo son el thinner u otros inhalantes y la mariguana; aunque aseguran que también la cocaína ha logrado llegar a los menores y ya es frecuente su uso, pues hay quienes se encargan de regalarla a los niños para que se inicien en su consumo. Con esto se reafirma lo detectado en el estudio de Roque (1998:7) acerca del incremento en el consumo de la cocaína en Monterrey. En el caso de los inhalantes, aunque está controlada su venta en las ferreterías y restringida a menores de edad, hay adultos que la compran para su distribución posterior a menores de la colonia.

*Gravísimo, gravísimo (es el consumo de drogas en esta colonia) y se está haciendo cada vez peor, en cuanto a que antes era thinner y mariguana y ahora es hasta cocaína, tanto que hasta en nuestros retiros de infancia misionera, los niños tenían cocaína... Los niños que pescamos con cocaína tenían doce años y más o menos es la edad en que se inician, diez o doce... A los niños se las regalan... En el caso de los solventes no lo venden a menores, lo que pasa es que hay mayores que van, lo compran y lo revenden y hay incluso casas, señoras que se dedican a eso, venden solvente en sus casas, es una droga que pueden tener y pues la venden.*

*Tuvimos el caso de un niño en una pandilla, que ya hicimos que se desintegrara, pero era un niño de siete años que consumía drogas. Su mamá trabajaba de noche, el papá consumía alcohol y el niño se quedaba solito.*

*Muy fuerte (el consumo de drogas), cantidad de personas, de niños sobre todo que se drogan, si se drogan los adultos, los niños también. No todos, porque dentro de todo hay gente que está muy bien y gente que está muy mal, pero sí se drogan demasiado.*

El caso de los adultos que consumen alcohol es también un grave problema dentro de esta colonia, su venta no tiene restricciones y lo pueden conseguir las 24 horas del día en múltiples depósitos ubicados en el sector. En muchos casos el alcoholismo viene a derivar en una falta de comunicación intrafamiliar o incluso violencia dentro o fuera del núcleo familiar, dependiendo de los efectos que éste provoque en la persona que abuse de su consumo. En su mayoría son adultos y lo que más se consume es la cerveza, aunque aseguran que también se han presentado algunos casos de menores que ya se encuentran envueltos en el alcoholismo.

*La desintegración familiar es causa número uno (para que los menores usen drogas) y el alcohol es lo que causa la desintegración, el abuso provoca que los padres no pongan atención a los hijos, que haya pleitos cada vez más grandes en la familia y como aquí fluye libre 24 horas al día, no hay restricción, en algunos lugares sí pero en lugares grandes que pagan sus mordidas lo venden todo el día y les va mejor, porque así es la competencia. Sólo conozco una vecina que no lo*



*vende fuera de horario... en todas las casas hay depósitos, por lo mismo, por la situación económica, a la gente se le hace fácil vender cerveza y si vendes a todas horas, pues mejor.*

De acuerdo con la percepción de estos informadores clave, el consumo de drogas entre los menores representa para ellos una *salida o un escape* de su situación de vida, también es una forma de *llamar la atención* de sus padres, más que pretender llegar a la muerte. Buscan en sus grupos de pares a la familia que quisieran tener y es entonces cuando dentro de la *convivencia* se puede presentar también el consumo de drogas. Es posible asociar esto a la afirmación de Tocaven (1976:44) sobre el hecho comprobado respecto a que en el niño es más necesario el afecto que el alimento material; por lo que si en su familia y su hogar no lo encuentra, lo buscará en la convivencia con compañeros de su edad. A veces es necesario un final trágico como la muerte de alguno de los miembros de la pandilla, a consecuencia del consumo de drogas, para crear conciencia en el resto del grupo y generar cambios de actitud.

*Lo ven como una salida, como un escape. Quieren llamar la atención, el instinto de supervivencia siempre es mayor, el que se quiere morir hace otra cosa. Es llamar la atención para que sus papás sepan que se están drogando, para que les llamen la atención nada más, no los han pelado. Se escapan, pero llaman la atención.*

*Lo ven como una salida, no como que es un problema y déjalo, es una salida, una forma de convivir, una forma de decir: 'esta es mi familia', con quien se reúnen, son con quienes ellos se entienden, con quienes se defienden.*

*Aquí falleció un muchacho hace tres años a consecuencia de la drogadicción, tenía 15 años y tengo entendido que se le secó el cerebro, fue velado en la iglesia porque no tenía ingresos su mamá para velarlo en otro lugar. Todos los muchachos que vinieron recapacitaron, porque dejaron la droga; eran como ocho los de ese grupo y siempre andaban drogados con solventes. A consecuencia de que este muchacho falleció, como que reflexionaron y dejaron de drogarse.*

#### 4.4.3. Situación de vida en Fomerrey 116

Dentro de Fomerrey 116 no existe actualmente un programa organizado sistemáticamente y dirigido de forma específica hacia la disminución en el consumo de drogas en los menores, a pesar de que esta situación de vida está latente dentro de la comunidad. Lo que sí se realiza de manera periódica y puede contribuir a la prevención, es por parte de la Parroquia Cristo Evangelizador mediante retiros, uno dirigido a jóvenes y otro a padres de familia, se realizan cada dos meses; así como también encuentros dirigidos a estos mismos segmentos, que se organizan cada cuatro meses.

El principal objetivo de estas actividades de la iglesia es brindar una orientación a padres de familia e hijos, para que exista una mejor comunicación dentro de su núcleo, por considerarse éste uno de los principales problemas de la comunidad y del cual está derivando en gran medida el consumo de drogas. Es una forma de prevenir mediante una acción educativa

general, en la que tanto los jóvenes como los padres de familia adquieran criterios y hábitos de reciedumbre y sobriedad para su vida, confirmando así lo propuesto por García (1976:125).

También en el pasado invitaron a los grupos del DIF, así como a los de Centros de Integración Juvenil, pero hace tiempo que no se retoman estas actividades dentro de la comunidad de manera dirigida a los menores de edad; lo que continúa es un grupo de formación para padres organizado por el DIF, además del programa de Alcohólicos Anónimos, que organiza sus juntas de autoayuda para algunos vecinos de la colonia que desean asistir. Además hubo intentos de crear un programa por parte del gobierno, pero consideran que fue politizado y finalmente no se logró hacer nada. Otro tipo de campañas que llegan a la colonia esporádicamente son brigadas médicas, pero nada específico para combatir el consumo de drogas.

*Estuvieron organizando algo, pero como que yo vi que lo estaban manejando como política y de esa forma no vamos a llegar a ninguna parte, si lo que queremos es apoyar a las personas, esa no es la forma.*

*El domingo hubo un encuentro de fin de semana y nos dan testimonio cuatro muchachos que se han reintegrado y dejaron las drogas. En ese testimonio te das cuenta que a esos muchachos les hacía mucha falta la comunicación con sus papás, uno de ellos decía en su testimonio 'yo quisiera 10 minutos de su tiempo (del papá) para que él me escuchara'; es falta de comunicación, estos muchachos quieren que los atiendan sus papás y se refugian en las drogas.*

*Aquí casi no se dan esas campañas (contra el consumo de drogas), vienen dentistas, médicos, pero no se trae lo más importante para cómo combatir el consumo de drogas, no se trae una campaña para los muchachos que hable de la drogadicción, de sus consecuencias. Son buenas las campañas de médicos y dentistas, pero falta traer una para combatir el consumo de drogas.*

*Los Centros de Integración Juvenil vinieron hace algunos años, a veces es culpa de nosotros no invitarlos más seguido, pero a veces también ellos no tienen suficientes recursos humanos.*

Además por cuenta de la misma Parroquia, el sacerdote organizó un programa para unir a los miembros de una pandilla con los de otras, ya que hay muchos pleitos entre pandillas. Lo que se hace es juntar a dos pandillas contrincantes en una casa de retiro para que convivan y borren el odio que se tienen por cosas insignificantes, esto ha contribuido a que haya menos pleitos entre ellos dentro de la colonia, aunque no desaparecen aún por completo.

Es importante señalar que la pavimentación en esta colonia se realizó apenas hace tres años, es decir, 12 años después de que llegaron los primeros habitantes al lugar. En ese tiempo las condiciones de vida eran aún más malas que las actuales; los servicios de luz y agua fueron instalados hace alrededor de seis años, el teléfono hace un año y el gas apenas se está introduciendo. La falta de pavimentación hacía mucho más difícil la vigilancia en la zona y la falta de teléfono también impedía una comunicación rápida para denunciar los delitos que a diario se cometen.

*Ahorita estamos un poco mejor, pero cuando todos estos que están consumiendo drogas eran pequeños, vivían entre tierra, era un verdadero desierto. Todavía en muchas casas no llegan al nivel de pobres, muchos están en la miseria, no tienen la infraestructura básica de drenaje bien instalada en las casas, yo entro a las casas y la mayoría están pintadas y zarpeadas por fuera, pero el baño es block pelón, quizá una tina ahí, si bien un sanitario, a veces el sanitario está medio tejabán atrás, la regadera puede ser que haya, muchos no tienen, es puro bote, están muy mal.*

*Ya está pavimentado porque cuando no hay pavimentación hay más violencia y drogadicción, porque no entra la policía y no hay seguridad. Pero les falta educación, con educación eres más consciente de todo, pero es que son unos salvajes, se avientan a pedradas unos contra otros, pero esa es una educación de los padres; no digo que todos los padres sean malos, pero cuando hay familias grandes es más difícil educar y a final de cuentas qué es, porqué no tienen sólo uno o dos hijos, es educación.*

*Aquí se pelean enfrente los chamaquitos de la primaria, niños y niñas. Algunas señoras viendo nada más y no hacen nada, hasta que salgo yo y les digo 'con un carajo cómo es posible que estén viendo esto y lo permitan', ¡una de ellas era la madre de las que se estaban peleando!*

Es así como los informadores clave entrevistados describen la situación de esta colonia y algunos piensan que los problemas existentes rebasan la capacidad de los organismos que actualmente trabajan en la prevención de adicciones, por lo que no alcanzan a cubrir a esta zona con sus programas. Pero también consideran que la seguridad en la colonia a veces llega a ser insuficiente dado el número de conflictos que se presentan diariamente, en ocasiones tampoco es propiamente la más adecuada. Aunque hay patrullas que hacen sus recorridos de manera periódica por el lugar, no siempre los elementos de seguridad actúan con la ética que deberían tener en cualquier sector de la ciudad y con mayor razón en una colonia como Fomerrey 116, aseguran que no se puede generalizar, pero que sí han presenciado casos de elementos de seguridad que extorsionan a los vecinos del lugar, lo que ha ocasionado que algunos habitantes del sector prefieran evitar hacer denuncias.

*Yo me he dado cuenta de pandilleros y ladrones que he conocido aquí y han llegado a ser policías, claro los suspenden al rato, pero me he enterado de eso y crea mala fama a la corporación, porque hay otros buenos que quieren hacer bien su trabajo y así no se puede. No quisiera echar de cabeza a toda la corporación, porque son unos pocos, pero el nivel de educación sí les falta, y les falta ética, eso sí está muy mal. La gente habla a la policía y los consideran un mal menor y a veces consideran también a los pandilleros como un mal menor.*

Están conscientes de que se trata de un sector bastante conflictivo, que es un trabajo difícil por un sueldo bajo. Los policías se enfrentan en ocasiones a las pedradas que los muchachos les lanzan cuando vigilan la zona, pero es parte de su trabajo y quisieran de ellos que lo hagan lo mejor posible y con la mayor ética que se espera de un elemento de seguridad.

#### 4.4.4. Opinión de programas sociales y campañas en contra de las drogas

En cuanto a los programas sociales y campañas de comunicación que actualmente se difunden de manera masiva a través de diversos medios, la más conocida por los informadores clave es la de Televisión Azteca, “Vive sin drogas”. Opinan que es bueno que existan este tipo de campañas, pero consideran que no han sido las más convenientes para los habitantes de Fomerrey 116; ya que no están dirigidas hacia este segmento y por lo tanto no se sienten identificados. Además, dentro del programa de conferencias que Fundación Azteca realiza en diferentes ciudades, cuando han visitado Monterrey los eventos se realizan en lugares que no son accesibles para los jóvenes de nivel socioeconómico bajo.

*Televisión Azteca saca muy buenas campañas contra las drogas, pero van sobre la gente bien; vienen las personas y van al Tec y a otros lados, pero son puros auditorios fregones, no van a donde está el problema real, a la mayoría. Porque aquellos tienen más capacidad para salir adelante por aquel lado y los de aquí no.*

*Me gustaría que esos programas (Vive sin drogas) hubieran venido aquí, se lleva a lugares acomodados, al auditorio Luis Elizondo nadie va a ir allá porque no pueden pagar, el otro en el Auditorio San Pedro, son lugares que no están a su alcance. A lo mejor no cobraron, pero cómo van a ir, lo ideal es que ellos vengan, que se traiga un programa aquí, con un conductor que venga atrae mucho a los muchachos. Se hicieron esos programas pero hace como dos años y ya no se ha visto nada, además de que no fueron en lugares accesibles.*

Esta inaccesibilidad ocasiona que todo se complemente, por un lado en la publicidad televisiva los personajes representan a adolescentes, jóvenes o familias de una mejor posición económica que la de los habitantes de Fomerrey 116, su vestimenta, apariencia, los lugares en donde se reúnen y la casa familiar que se presenta están fuera de su alcance; por el otro, cuando han visitado la ciudad con la gira “Vive sin drogas”, ellos no se sienten invitados a ese ambiente que perciben alejado de su realidad.

*Estas campañas nos presentan la vida de la clase media o media alta, como que no se ve un tejabán en la tele (en esos anuncios). Será por eso que los programas de El Chavo, que son tan tontos tienen tanto pegue aquí, porque están al nivel de cancha, es una realidad que viven y aunque sean tontos, pero se identifican. No creo que los anuncios sean para este segmento, muchas veces son anuncios imaginarios.*

*Esos anuncios van dirigidos a niños bien, con más capacidad o con más educación, el mensaje para esta gente necesitas mandárselo por otro lado, más directo. Ellos se tienen que identificar y aunque hay uno que otro anuncio con gente de esta clase, pero si te fijas casi todos los niños que ahí actúan se ven bien, entonces los de aquí dicen ‘no es para mí, es para aquellos’, no se identifican. Necesita haber identificación con la forma de ser, la vestimenta, para que digan ese soy yo.*

A pesar de que no son los anuncios más indicados para este entorno, en opinión de los informadores clave pueden ser buenos y es posible que aporten algo en materia de prevención al escuchar continuamente los daños ocasionados por el consumo de drogas; es una forma en que posiblemente tomen conciencia para estar preparados cuando se les presenten. Agregan que es una campaña a largo plazo, porque los resultados difícilmente se van a reflejar en estos momentos.

Suponen los informadores clave que es en los niños que están creciendo con toda esta información, entre quienes pudieran ser favorecedores los mensajes actuales en el futuro; para los que ya son consumidores la ayuda tiene que ser más directa, de manera masiva difícilmente van a dejar de consumir drogas. Como lo informan Gossop y Grant (1990:74), no se conoce con exactitud el grado de influencia que los medios de información tienen sobre el comportamiento en relación con el uso de drogas, los estudios realizados no se han centrado en los telespectadores y su actitud hacia este tipo de mensajes; esta misma apreciación la manifiestan Fuentes y Sánchez (1992:29), al afirmar que no se sabe con exactitud cuál es el verdadero poder de los medios masivos en sus diversos tipos de públicos.

Otra limitante que encuentran es la falta de audiencia que estos anuncios pudieran tener entre los adolescentes y jóvenes de esta colonia, dado que muchos de ellos no ven la televisión porque pasan la mayor parte de su tiempo en la calle, cuando no están en la escuela; lo que les puede resultar atractivo, son telenovelas o series en las que quizá encuentran cierta identificación con alguno de sus personajes. Los más pequeños, quienes sí ven más televisión y la mayoría de ellos están aún fuera del consumo de drogas, pudieran tener alguna influencia preventiva al recibir estos mensajes más que de interés por probar drogas, ya que al vivir en un entorno en donde fácilmente se les pueden presentar, es mejor que de alguna forma les tengan miedo, que conozcan los daños que les pueden causar, en un afán por evitar su consumo.

*Aquí hay droga donde quiera, es mejor que escuchen algo negativo sobre la droga en la tele, porque la van a conocer en la calle o en la escuela. En nuestro ambiente es fácil, quizá en un ambiente en donde no hubiera nada de esto pues les puede llamar más la atención, pero aquí como quiera la van a ver y se las van a ofrecer (la droga), es mejor que tengan algo de información.*

En su opinión, el problema real que para ellos prevalece dentro de Fomerrey 116 y en muchos casos es lo que origina que los jóvenes busquen una salida en las drogas, no se está atacando a través de estos mensajes televisivos; ese problema es la falta de comunicación intrafamiliar, orientar a los padres para que comprendan mejor las etapas por las que atraviesan sus hijos y les brinden una mejor orientación. Esto puede estar relacionado con la aseveración de De la Garza (1983:16) al explicar que en un gesto de rebeldía y de destrucción, muchos adolescentes se dejan sorprender por sus padres en el consumo de drogas para de forma consciente o inconsciente lograr ser reprimidos, es buscar la forma de establecer una comunicación con la familia, aunque ésta no sea propiamente positiva.

*Son buenos, son buenos (los anuncios en contra de las drogas), pero desgraciadamente el problema no es la droga, el problema es la situación familiar, hay que contar hasta 10. Para mí son los pleitos entre los esposos y eso*

*no lo han tocado (en las campañas), eso es la causa del consumo de drogas. Es rarísimo, aunque hay excepciones, pero normalmente todos los que se drogan es porque tienen problemas en su casa. Estamos atacando las consecuencias, no el problema principal.*

*A veces los veo como algo poco realista (mensaje de anuncios), porque te manejan a una persona que se está drogando, pero nada más te muestran eso y no muestran el inicio, el porqué se droga. Por ejemplo, cuando pasan a esa niña que dice 'antes era distinto', pero hay que ver el porqué era distinto, falta agregarle información: será falta de tiempo (de los padres) o no se, pero falta agregarle la causa del porqué se droga.*

#### 4.4.5. Sugerencias para un programa social en contra del consumo de drogas

Para Fomerrey 116 un programa preventivo y correctivo del consumo de droga, según las recomendaciones de los informadores clave, podría organizarse con diferentes actividades dentro de la misma colonia, sugieren las siguientes:

##### ▪ Actividades recreativas y culturales

- Grupos musicales que se presenten en la colonia con mensajes antidroga.
- Obras teatrales, escenificando problemáticas similares a las de Fomerrey 116 y la mejor forma en que se pueden solucionar sin recurrir a las drogas. En estas obras podrían participar también jóvenes de la misma comunidad.
- Teatro guiñol para los niños de los primeros años de primaria, también con mensajes orientados a la prevención de adicciones.

*Es bien fácil hacer campañas con algún grupillo musical que esté iniciando, con gente que le guste el teatro, las universidades tienen teatro, que se vengán a las comunidades con un mensaje bien definido sobre las drogas, sobre embarazos en adolescentes; aquí se les llenaría, todo mundo asistiría y a eso sí le van a poner atención, porque está dirigido a ellos y van a pensarle un poquito más, por eso le pensamos nosotros, porque tenemos un poquito más de información y a veces ni así.*

*Los niños en las escuelas es con títeres y desgraciadamente necesitas meterles miedo, yo digo que eso de que todo con amor no funciona, necesitas meterles miedo de que se muere el títere después de consumir drogas. No usar payasos porque los ven más de risa y no les funciona igual.*

##### ▪ Actividades deportivas

- Promoción de deportes e integración de equipos con los jóvenes de la colonia.
- Continuar con programa de partidos de fútbol entre pandilleros y policías.

▪ Actividades formativas

- Pláticas informativas sobre la farmacodependencia que incluyan la entrega de un folleto con la lista de las instituciones de ayuda a las que se pueden dirigir.
- Impartir cursos para desarrollo de habilidades en jóvenes y adultos, que les permitan un mejor trabajo y fuente de ingresos.
- Pláticas para padres sobre la mejor forma en que pueden orientar y educar a sus hijos.

*A veces quieren ayuda (los jóvenes que consumen drogas), pero sienten que nadie los ayuda, nadie los escucha; si tuvieran un folletito de a dónde pueden ir (instituciones de tratamiento y prevención de adicciones), ellos solos podrían ir.*

*Darles preparación, inducirlos para que ellos mismos se busquen una oportunidad, enseñarlos, darles los medios para que ellos los continúen, siempre que ellos mismos quieran. Hacerlos sentir que existen, que valen, que son como cualquier otra persona, pero eso es desde los mismos padres, es importante que se valoren ellos mismos de lo que son capaces, ponerles los medios.*

▪ Actividades familiares

- En las que participe toda la familia como apoyo a la integración.

▪ Actividades para mejorar su propio entorno

- Que cada vecino se haga responsable de tener limpio el frente de su casa.
- Plantar árboles en parques y plazas públicas, en exterior de casas, crear áreas verdes.
- Mejoramiento de las condiciones de la vivienda.
- Buscar soluciones para disminuir el hacinamiento.

*La droga es para escaparse de su ambiente, para cambiar; entonces lo que he hecho es arreglar el frente (de la iglesia) con zacate y los árboles que puso el Municipio; es una lucha para cambiar la colonia y esto ayuda, aquí en la plaza ya gracias a Dios no se drogan, los jóvenes se juntan sanamente a convivir, los ambientes ayudan.*

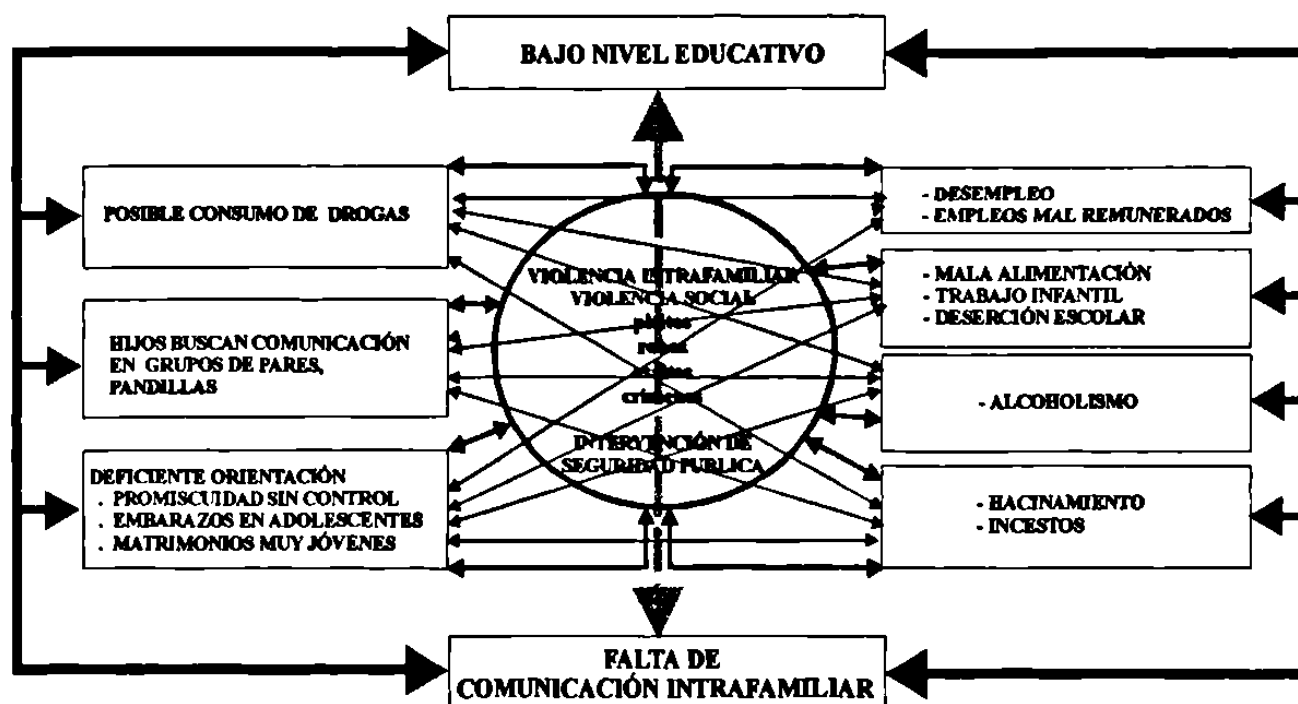
Están convencidos de que hace falta implementar programas directos que de alguna forma contribuyan con la prevención del consumo de drogas en los jóvenes, además de darles a conocer las consecuencias que éstas ocasionan a su salud mental y física. Pero más que sólo orientar estos programas hacia la farmacodependencia, buscar combatir los problemas de raíz que son el origen de muchos otros y que estos informadores clave identifican en Fomerrey 116 como el bajo nivel educativo y la falta de comunicación intrafamiliar.

Las actividades sugeridas por este grupo de entrevistados para prevenir de alguna forma el consumo de drogas, son favorables a las circunstancias personales de los jóvenes habitantes de este sector y, de acuerdo con Coleman (s/d:129), son precisamente las circunstancias personales las que más contribuyen o no para determinar el que una persona se haga o no adicta, incluso de manera más influyente que su propia personalidad.

#### 4.4.6. Conclusiones de entrevistas con informadores clave

Su visión de la situación en la que viven los habitantes de Fomerrey 116 es global, integral; ellos están inmersos en esa comunidad y eso les permite conocer de manera más detallada las posibles causas que orillan a los jóvenes al consumo de drogas, por lo que éste no es el problema principal, sino una derivación de otros que identifican como: bajo nivel educativo y falta de comunicación intrafamiliar. Puede decirse que estos son los dos principales sobre los que descansan otras situaciones de vida que prevalecen en esta comunidad. Analizado de acuerdo a la información proporcionada por estos actores sociales, se puede esquematizar como se muestra en la Figura 2, en donde es posible apreciar la red que se forma mediante la interrelación existente entre todas y cada una de las situaciones de vida problemáticas, que los informadores clave identifican dentro de esta colonia y que tienen su raíz en el bajo nivel educativo y en la falta de comunicación intrafamiliar.

**FIGURA 2**  
**RED DE INTERRELACIONES ENTRE SITUACIONES DE VIDA**  
**EN FOMERREY 116**



Dada la complejidad de cada uno de los problemas que se derivan de éstos dos y la dificultad para detectar en dónde termina uno para que comience otro más, consideran que es difícil combatir el problema de consumo de drogas en menores mediante campañas de comunicación masivas que, si bien pueden contribuir de manera preventiva, difícilmente logran una disminución significativa especialmente en entornos de alto riesgo como Fomerrey 116, en donde la droga está al alcance de cualquiera. Además opinan que las actuales campañas masivas no logran una identificación con los adolescentes y jóvenes de esta comunidad, pues aunque se muestra el consumo de drogas y los daños que éstas pueden causar, las condiciones de vida que prevalecen en su entorno son diferentes a las que aparecen en la televisión.



Los programas sociales que podrían tener un mejor efecto en este entorno, serían aquellos dirigidos a aumentar el nivel de educación de la población, de manera que esto les permitiera trabajos mejor remunerados para incrementar su calidad de vida. Aunado a esto, programas de orientación para padres de familia, que les permitan contar con mejores herramientas para la formación de sus hijos y al mismo tiempo en que estos dos aspectos son cubiertos de manera satisfactoria, diseñar también programas para jóvenes y adolescentes de la colonia, en los que participen activamente dentro de actividades deportivas, culturales, sociales, recreativas, todo lo que contribuya con la ocupación de su tiempo libre.

El bajo nivel educativo impide desempeñar un trabajo bien remunerado y en el peor de los casos, no se cuenta con un empleo, lo que obliga muchas veces a que los hijos también participen en la obtención del sustento familiar y se vean obligados a dejar la escuela o bien, a continuar en ella, pero con un bajo rendimiento derivado del trabajo que desempeñan y de una mala alimentación. Si aunado a esto se considera que el alcoholismo en adultos se presenta de manera latente dentro de esta comunidad, la comunicación familiar se complica aún más.

Se detecta en Fomerrey 116 una urgente necesidad de atención organizada sistemáticamente para combatir el bajo nivel educativo, de manera que se les capacite para la obtención de mejores empleos y por consiguiente, mejores ingresos; además de programas en los que participen activamente los padres de familia en la búsqueda de una mejor orientación a sus hijos y comunicación intrafamiliar.

#### 4.5. Resultados de estudio cualitativo con organismos e instituciones que combaten la farmacodependencia

Para conocer lo que se está haciendo en materia de combate de drogas por parte de los principales organismos gubernamentales y no gubernamentales que mayor difusión tienen en la población, se realizaron entrevistas dirigidas a algunas de las instituciones mencionadas dentro del cuestionario aplicado entre los alumnos encuestados, también se obtuvo información mediante su página en internet, dichas instituciones son las siguientes:

- Secretaría de Educación (SE)
- Secretaría de Salud (SS)
- Desarrollo Integral de la Familia (DIF)
- Fundación Azteca (TV Azteca)
- Unidos en la Prevención de Adicciones (Unidos)
- Centros de Integración Juvenil (CIJ)
- Rehabilitación de Marginados (Remar)

Se consideraron los anteriores organismos debido a que son los que actualmente tienen mayor presencia dentro de la comunidad, por difundir sus campañas o programas sociales de manera masiva, aunque también en algunos casos es utilizando una difusión selectiva o personal, dirigida a segmentos de interés, como es el caso de Remar. Para analizar los programas de cada una de estas instituciones, en las Tablas 16 y 17 se presentan los aspectos generales que pueden ser comparables entre sí.

**TABLA 16. PROGRAMAS PARA PREVENIR EL CONSUMO DE DROGAS, REALIZADOS POR ORGANISMOS GUBERNAMENTALES**

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN (SE)		SECRETARÍA DE SALUD (SS)		DESARROLLO INTEGRAL DE LA FAMILIA (DIF)	
Fecha en que inician programas contra la farmacodependencia	En 1992 la SE empieza a formar parte del CECA (Consejo Estatal Contra las Adicciones)	1972 primeras investigaciones epidemiológicas, biomédicas y clínicas para estudiar el uso y abuso de sustancias adictivas en México. 1986 se crea el CONADIC (Consejo Nacional Contra las Adicciones), CECA a nivel estatal (Consejo Estatal Contra las Adicciones)	Hace 10 años se crea el primer programa preventivo en esta institución, mismo que se mantiene a la fecha con las actualizaciones necesarias.		
Nombre del programa preventivo de farmacodependencia	1. "Quiérete, quíereme, por un México sin adicciones" 2. "Contra Adicción todo Nuevo León" 3. "Programa Integral de Prevención de Adicciones"	Programa Nacional Contra la Farmacodependencia, lema de la campaña: "Si tu quieres, la vida es la meta. Vamos contra las drogas".	Programa de Prevención de Adicciones		
Objetivos de programa(s)	Dar al alumno herramientas para prevenir, para detectar factores de riesgo, para cimentar factores de protección y al mismo tiempo crecer en valores, autoestima, comunicación familiar, proyecto de vida, superación, todo lo que conlleva a la persona.	Reducir el consumo experimental, es decir, disminuir el número de personas que prueban alguna droga y así evitar que la curiosidad se convierta en el detonante de la adicción; mediante una campaña integral preventiva, orientada a fortalecer los factores de protección y reducir los factores de riesgo.	Prevenir el uso de drogas en la población infantil y adolescente, involucrando en ello a los padres de familia y personal docente.		
Segmento al que se dirige	Quinto y sexto grado de primaria, los tres grados de secundaria	Audiencia primaria: adolescentes de 12 a 18 años; Audiencia secundaria: padres de familia y maestros	Nivel preescolar, primaria y secundaria (de 4 a 18 años), maestros y padres de familia		
Fecha de implementación	1. "Quiérete, quíereme..." en 1995 2. "Contra Adicción, todo Nuevo León" en 1998 3. "Programa Integral..." ciclo escolar 2001-2002	"Contra Adicción, todo Nuevo León" en 1998 "Si tu quieres, la vida es la meta" 26 de junio 2001	Hace 10 años se inició con el nombre "Programa de prevención de uso de drogas" y ha sido actualizado según las tendencias observadas en la población		
Forma de difusión	A través de la escuela con: folletos informativos, carteles, video. Con una previa capacitación de maestros.	Médicos masivos (televisión, radio, prensa), medios alternativos (exposiciones, obras de teatro, conciertos, marchas, eventos deportivos), medios impresos (carteles, trípticos, manuales, volantes)	A través de la misma comunidad, mediante información directa en escuelas, trípticos, folletos, reuniones en el CECA		
Forma de evaluación	En programas anteriores sólo a nivel maestros era la evaluación. En el programa para este ciclo escolar se evaluará mediante una pequeña encuesta de opinión, después de entregar o transmitir el material	Hay metas definidas que deberán ser evaluadas a corto, mediano y largo plazo; así como indicadores necesarios para medir los avances del programa; esto no se había hecho en programas anteriores	Por tratarse de un programa preventivo, éste se imparte de manera completa pero después no hay una evaluación de cambios de conducta derivados del mismo		
Resultados obtenidos	Es un programa preventivo que no ha sido medido en cambios de actitudes. Llega a 3000 escuelas con el propósito de informar y formar.	Programa preventivo de reciente implementación.	De enero a junio se ha impartido a 4,210 menores, 3000 en escuelas y el resto en grupos comunitarios. Además a 240 adultos, padres de familia.		
Trajebo con otras instituciones	Secretaría de Salud, PGR, PGI, Centros de Integración Juvenil (CIJ), Seguridad Pública	Secretaría de Educación, DIF, Secretaría de Gobernación, CIJ, Fundación Azteca	Secretaría de Educación, CECA, Gobierno del Estado		
Planes a corto, mediano y largo plazo	Dar seguimiento a este nuevo programa recién implementado en este ciclo escolar; con la evaluación aplicada a alumnos para conocer su opinión, que puede orientar en la planeación de nuevos programas	Continuar y apoyar este programa al proponer y consolidar una serie de estrategias intersectoriales, interinstitucionales e internacionales, que van desde el fortalecimiento del marco legal en que se inscriben las acciones, hasta la consolidación de una infraestructura que permita ofrecer servicios de calidad a los diversos grupos de la población en materia de prevención y tratamiento	Llevar este programa a padres de familia, dentro de sus centros de trabajo (empresas públicas y privadas), para que ellos también lo conozcan y contribuyan con su difusión dentro del hogar.		

**TABLA 17. PROGRAMAS PARA PREVENIR EL CONSUMO DE DROGAS, REALIZADOS POR ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES**

UNIDOS EN LA PREVENCIÓN DE ADICCIONES	CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL (CIJ)	REHABILITACIÓN MARGINADOS (REMAR)
Fecha de fundación	Enero 3, 1998	A nivel internacional 18 años, en Monterrey 6 años
Misión	Tratar de erradicar el problema de alcoholismo y farmacodependencia. Ayudar al adicto con mucho amor, comprensión y respeto a salir de su dependencia, dándole a él y a su familia un trato digno.	Trabajar las raíces espirituales, profesar una fe, creer en Jesucristo como base. Trabajar por amor a Dios y luego ese amor pasarlo a la práctica en personas necesitadas. Las puertas de Remar están abiertas día y noche en un trabajo voluntario, que se mantiene con donativos.
Imagen que proyecta a la sociedad	Como una asociación muy seria y respetable, transparente y con muchas ganas de trabajar, de seguir adelante.	Hay buena aceptación de parte de la sociedad, el 70% del trabajo lo pueden hacer gracias al apoyo de la sociedad porque de otra manera no podrían mantenerse.
Población a la que se dirige	Comunidad en general, personas con problemas de adicciones y sus familias.	Personas con problemas de farmacodependencia, que se encuentran en una situación económica desfavorable
A cuántas personas atiende	A la fecha han egresado 260 personas del Centro de Rehabilitación. Asisten diariamente alrededor de 20 personas a cada uno de los tres grupos de autoayuda	En el centro de internamiento actualmente hay 22 personas en rehabilitación; además de 15 distribuidas en las dos casas que tienen para personas que han egresado del programa de rehabilitación, con el fin de que continúen en las siguientes fases con mayor contacto en la sociedad
Centro de Rehabilitación	Centro UNIDOS, ubicado en Salinas Victoria, N.L.	Centro de internamiento y rehabilitación, ubicado en Abasco
Programa de internamiento	28 días	De 4 a 6 meses
Programa social o campaña en contra de la farmacodependencia implementada	Anuncio televisivo para dar a conocer el Centro de Rehabilitación. Publicidad en prensa para informar sobre grupos de autoayuda, conferencias, venta de arte y otros eventos para recaudar fondos	La campaña para solicitar donativos la realizan de persona a persona en la calle, cruceros, mediante volantes o casa por casa. También visitan colonias de alto riesgo para dar a conocer la ayuda que pueden ofrecer y el daño que ocasionan las drogas
Objetivo de la campaña	Brindar información preventiva mediante las conferencias dirigidas a no adictos, adictos y sus familias; así como informar reuniones de autoayuda y el Centro Unidos como una opción de rehabilitación, en medios masivos (prensa y TV).	Buscan conseguir donativos que contribuyan a sostener el programa; además de que personas con problemas de farmacodependencia conozcan que pueden acudir a ellos en busca de ayuda
Trabajo con otras instituciones	El Gobierno del Estado les está solicitando su apoyo en conferencias preventivas	Organismos No Gubernamentales, ninguno que forme parte del CECA
Planes a corto, mediano y largo plazo	Casa de Medio Camino para asistir a muchachos que ya tuvieron tratamiento en el Centro Unidos y no quieren regresar a su casa	Alcanzar el máximo de personas necesitadas para brindarles la ayuda de Remar. Poder trabajar en campañas informativas y de prevención.

De esta forma fueron agrupados los Organismos Gubernamentales: SE, SS, DIF y en la segunda tabla los Organismos No Gubernamentales: Unidos, CLJ, Remar. Por separado se presenta el análisis de Fundación Azteca, por tratarse de una empresa privada que participa en la prevención de adicciones bajo un enfoque distinto al del resto de los organismos entrevistados. Además de la información general incluida en las tablas, se presentan por separado los aspectos relevantes de cada organismo

#### 4.5.1. *Secretaría de Educación (SE)*

Los programas difundidos a través de la SE, son dirigidos principalmente a los grados de quinto y sexto de primaria, así como a los tres niveles de secundaria; aunque cuando se trata de comunidades de alto riesgo, en las que los inspectores de las escuelas detectan que existe la problemática de consumo de drogas desde temprana edad, pueden hacer extensivo el programa a cuarto grado. Para los niveles inferiores, aunque no se les plantean las adicciones como un tema específico, sí se abordan temas informativos sobre el cuidado que deben tener de su cuerpo, esto viene desde preescolar y contribuye como medida preventiva, además de la que se espera reciban de sus padres.

*No estamos desprovistos de información para el cuidado de ellos mismos, desde preescolar se les da esta información; pero ya en quinto y sexto año es que les hablas de sustancias que les hacen daño, de conductas que les hacen daño, es cuando el niño tiene mayor entendimiento. Pero el cuidado y todos los mensajes positivos tienen que empezar desde la casa, desde que estás en la casa: el orden, el cuidado de tus cosas, el respeto de tu cuerpo, el darle alimento adecuado, horas de sueño adecuadas, con todo esto les estás dando la prevención, que luego se refuerza con la información que se da en la escuela para poder luego afuera, enfrentar una situación de riesgo.*

Es así como de manera oficial y dentro de los libros de texto, se imparten algunas medidas preventivas e informativas sobre el uso y abuso de sustancias que pueden causar dependencia, además de los programas diseñados especialmente con este fin y que vienen a complementar el plan educativo de los últimos años en la educación básica. El programa implementado en 1998 fue el de “Contra adicción todo Nuevo León” y el que está por implementarse en este año escolar se llama “Programa integral de prevención de adicciones”.

#### ▪ “Contra adicción todo Nuevo León”

- **Objetivo:** “Persuadir a la población del estado de Nuevo León a sumarse a la campaña de prevención de las adicciones, así como de las conductas delictivas, educando en la prevención mediante la comunicación de valores humanos, con la ayuda de colaboradores altruistas, maestros, padres de familia y expertos que realicen una labor de persona a persona”.
- **Fecha de inicio y duración:** Inicia en el ciclo escolar 1998-1999 y continúa en el 2000-2001
- **Segmentos a los que se dirige:**

- a) alumnos de quinto y sexto de primaria, así como a los de los tres niveles de secundaria.
- b) padres de familia
- c) profesores son capacitados para impartir el programa tanto a alumnos como a padres de familia
- Cobertura: el programa llegó a 15,000 maestros y más de 300,000 alumnos, incluidos ahí padres de familia que también lo recibieron mediante conferencias y pláticas informativas.
- Temas que se abordan en alumnos de quinto y sexto:
  - a) La familia
  - b) La amistad
  - c) La actividad social del adolescente
  - d) Las adicciones
  - e) La campaña y acciones preventivas
- Para los alumnos de secundaria y padres de familia, son los mismos temas anteriores, además de otro al iniciar el programa: “desarrollo del adolescente”
- Evaluación del programa mediante la opinión que los profesores tuvieron de éste. Se les aplicaron cuestionarios para obtener retroalimentación, de manera general el programa fue bien aceptado. *“El problema de los resultados de una campaña es que no los ves al año, son metas más bien a largo plazo porque lo que estoy sembrando en los alumnos es la prevención y esa se va a reflejar a los cuatro o seis años”.*
- Materiales para dar a conocer el programa.
  - a) Manual de apoyo para el facilitador
  - b) Video
- *“Programa integral de prevención de adicciones”*
  - Objetivo: Dar al alumno herramientas para prevenir, detectar factores de riesgo, cimentar factores de protección y al mismo tiempo crecer en valores, autoestima, comunicación familiar, proyecto de vida, superación, todo lo que conlleva a la persona.
  - Fecha de inicio: Ciclo escolar 2001-2002
  - Segmentos a los que se dirige:
    - a) alumnos de cuarto y quinto de primaria, así como a los de los tres niveles de secundaria.
    - b) Profesores son capacitados para impartir el programa
  - Cobertura: Se pretende llegar con este programa a
    - 2,238 escuelas primarias
    - 736 escuelas secundarias
    - 2437 inspectores
    - 2974 directores
    - 22,626 maestros
    - 224,038 alumnos de quinto y sexto de primaria
    - 194,404 alumnos de secundaria
  - Temas que se abordan:
    - a) valores protectores de riesgo
    - b) superación personal

- c) drogas naturales del organismo
- d) otro tipo de sustancias / drogas
- e) información de cada una de estas drogas
- f) la adicción a las drogas
- g) cómo hacerte a un lado rápidamente
- h) cómo la familia te está ayudando
- i) lo que tu puedes hacer para prevenir las adicciones
- Evaluación del programa: esta vez la evaluación también llegará al nivel del alumno, además de a los profesores como fue con el programa anterior. Se les aplicará una pequeña encuesta de opinión después de impartido cada segmento del programa.
- Materiales para dar a conocer el programa:
  - a) Folleto informativo para alumnos de secundaria
  - b) Video para alumnos de sexto y tres grados de secundaria
  - c) Carteles para alumnos de quinto, sexto y tres grados de secundaria

*El folleto informativo se lo queremos dejar sólo a secundaria porque la información es muy completa sobre las distintas drogas: inhalantes, marihuana, anfetaminas, cocaína, es información que no van a comprender los de quinto y sexto, por eso no se las damos. El video se manda a sexto grado, inclusive las escuelas que tengan mucha problemática se puede enviar a grados inferiores; los carteles también van para quinto y sexto grado (además de secundaria). Los carteles son formativos en sí, hay uno que es informativo, donde viene la cuestión de la sustancias, sus causas y efectos; los otros son más bien formativos, en donde vamos a tratar directamente a la persona para que sepa prevenir, para que ellos mismos tengan disposición para decir 'no quiero', 'no necesito', 'no me hace falta una sustancia para ser feliz, para relajarme, para vivir en paz'*

Un aspecto importante de estos programas es la forma en que la capacitación es impartida a los profesores, quienes a su vez se encargan de transmitirla a los alumnos. La información del programa es “cascadeada” desde los niveles intermedios de la Secretaría de Educación, primero hacia los niveles superiores para su aprobación y posteriormente hasta el último eslabón del proceso enseñanza-aprendizaje, que son los maestros y los alumnos, tal como se muestra en la Figura 3.

Es así que primeramente el programa es evaluado por los niveles superiores de la Secretaría de Educación, para después transmitirlo a cada uno de los 12 jefes de las Unidades de Servicios Educativos Descentralizados (USEDES), quienes a su vez lo comunican a su cuerpo de inspectores de preescolar, primaria y secundaria; posteriormente el inspector tiene varias escuelas en su zona, de cada una de ellas invita al director y a uno de los profesores para que asistan a la capacitación, con duración de una mañana de trabajo, y sean ellos quienes se responsabilicen de transmitir el programa al resto de la planta de profesores de su escuela; así después, ya todos capacitados, aplican el programa de la manera indicada a los grupos de alumnos que les corresponden.