

UACM

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**"Plan de Comunicación para sensibilizar a los jóvenes de la delegación
Venustiano Carranza respecto al consumo de sustancias legales e ilegales"**

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN

Comunicación y Cultura

Presenta:

GILBERTO EMANUEL SÁNCHEZ GÓMEZ

Director del trabajo recepcional:

Mtro. Juan Arellano Alonso

México D.F. Noviembre 2013

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer al Padrino de padrinos por permitirme terminar con este proyecto de vida, sin Él no se hubiera podido.

A mis padres Raphael Sánchez Fernández y Norma Luz Gómez Ávalos por su apoyo en todos los sentidos.

A mi hermano Raphael Sánchez Gómez por haberme apoyado durante los últimos semestres de la Licenciatura facilitándome su credencial de la biblioteca, lo que me ayudó para poder comenzar con este proyecto.

A mi novia Reina González Martínez por siempre estar a mi lado y ser de gran ayuda en la aplicación del instrumento y en el vaciado de datos.

A mi Director el Mtro. Juan Arellano Alonso por sus comentarios, consejos, dedicación, conocimiento, experiencia y motivación que me guiaron durante este proceso.

También me gustaría agradecer a las Profesoras María del Rosario López Guerrero, Adriana Peimbert Reyes, Rosa María Macías Herrera y Olga Margarita Rodríguez Cruz por haber leído y comentado mi Plan, así como por haber sido de gran ayuda para la construcción final del mismo.

Agradezco también el apoyo de mis jefes el Lic. Fernando Chávez Cañas y el Ing. José Eloy Lara Gómez, quienes me facilitaron el tiempo en el trabajo para poder concluir con la recta final del presente trabajo recepcional.

Finalmente, a mis amigos Mauricio, Iván, Rodrigo, Juanelo, Andrés, Raúl y a todos mis compañeros de generación de la UACM.

Índice

Contenido

Introducción	1
Capítulo 1 Planteamiento del problema y situación actual del consumo de sustancias legales e ilegales	2
Objetivos del plan de comunicación	9
Capítulo 2 Instrumentos de investigación para el diagnóstico	10
Acercamiento teórico y conceptual.....	10
Juventud.....	12
Drogas.....	14
Adicción.....	14
Sustancias Legales	15
Sustancias Ilegales	18
Estrategia metodológica.....	19
Selección de técnica aplicada para obtener el diagnóstico.....	20
Selección, justificación y descripción del universo o fuente	20
Instrumento metodológico utilizado	22
Análisis de Resultados	27
Interpretación de los resultados	46
Capítulo 3 Plan estratégico de comunicación.....	48
Enunciación y justificación de las estrategias utilizadas.	48
Objetivos tácitos y metas a corto, mediano y largo plazo.....	49
Descripción de los participantes y de la Demarcación	49
Estrategia 1 "Vívela limpio"	51
Estrategia 2 "Caravana anti adicciones en el Centro Cultural Carranza".....	59
Cronograma de implementación y presupuesto.....	69
Instrumento de evaluación del plan.....	71
Reflexiones finales	73
Fuentes de consulta.....	74
Anexos	77

Introducción

El siguiente trabajo, es una investigación que aborda un problema latente en nuestra ciudad, este es la adicción a diferentes sustancias. La dependencia a cualquier droga es un tema importante de voltear a ver ya que en estas se encuentran varios factores que las detonan y que a la vez son afectadas, como lo son las relaciones sociales, la economía, la salud mental y física, por mencionar algunas.

La investigación se divide en tres capítulos, el primero, "**Planteamiento del problema y situación actual del consumo de sustancias legales e ilegales**", es una vista al problema de lo macro a lo micro, se tratan temas de cómo está el consumo en nuestros días a nivel mundial, pasando por el consumo nacional y finalmente el de la Ciudad de México.

El segundo capítulo titulado: "**Instrumentos de investigación para el diagnóstico**", en su primera parte, es un acercamiento a la problemática desde el punto de vista teórico y conceptual, en ésta podemos ver definiciones que permitieron hacer el diseño del cuestionario utilizado, en la segunda parte del capítulo, encontramos la estrategia metodológica que se aplicó, seguida del análisis de los resultados arrojados tras la aplicación del instrumento metodológico antes mencionado.

El tercer capítulo, "**Plan estratégico de comunicación**" es la unión aterrizada de los dos anteriores, en este podemos encontrar la selección de estrategias y tácticas que dan forma a la campaña preventiva, a la vez, vemos en este apartado el desarrollo de los productos mediáticos y/o estratégicos que se utilizan en el plan de comunicación y también se ubica el cronograma y presupuesto para la implementación y finalmente el instrumento para evaluar si el plan es o no funcional.

En la parte final del documento encontramos un apartado de anexos, en éste podemos encontrar tablas que nos dan la información de correspondencias y equivalencias con las personas que participaron durante la aplicación del instrumento que arrojó la información del diagnóstico, también con esta información, podemos ver la especificación de los incisos abiertos del cuestionario y así complementar la información expuesta en el análisis del segundo capítulo.

Capítulo 1 Planteamiento del problema y situación actual del consumo de sustancias legales e ilegales

Comenzando a abordar el problemas de las adicciones desde un nivel macro, la Oficina contra la Droga y el Delito de las Naciones Unidas (Por sus siglas en inglés UNODC), en su informe de consumo mundial sobre las drogas del año 2012, nos dice que se estima que 230 millones de personas han consumido alguna sustancia ilícita, lo que provoca varias problemáticas como lo son la debilitación del desarrollo económico y social del consumidor, fomentan la delincuencia y la inseguridad. Dentro del informe podemos ver que si hablamos de datos duros, la muerte de 0,2 millones de personas al años, está vinculada con el consumo de cocaína, heroína y otras sustancias, debido a que durante su uso, hay diferentes repercusiones que van desde enfermedades como la hepatitis B y C, VIH, accidentes, inseguridad, etc. y esto nos lleva a tener que 1 de cada 100 muertes está vinculada con las drogas ilegales (UNODC, 2012).

Si hablamos de porcentajes en lo que al tipo de droga se refiere, encontramos que a nivel mundial, la droga más consumida es el cannabis o marihuana con un rango de entre el 2,6 y 5 %, seguido por los opioides con el 0,6 y 0,8%, después encontramos a los estimulantes de tipo anfetamínico con el 0,3 y 1,2 %, continuamos con los opiáceos y la cocaína con el 0,3 y 0,5% y 0,3 y 0,4% respectivamente, esto nos dice que el 3,4 y 6,6 % de la población mundial en un rango de edad de 15 a 65 años, consume sustancias ilegales (UNODC, 2012).

El reporte expuesto por la UNODC, nos arroja que en general ha habido estabilidad en el consumo de sustancias ilícitas y una baja con respecto a estudios anteriores, dentro del zonas como lo son Norte América y Europa Occidental, sin embargo, cuando el problema disminuye en estas zonas, la situación empeora en países en desarrollo como es el caso de México (UNODC, 2012).

Pasando al consumo de bebidas embriagantes, la Organización Mundial de la Salud (OMS), publicó en 2011 un estudio en el cual revelan datos que nos hablan acerca del consumo de alcohol en personas consideradas adultas (15 años o más), en éste, vemos que el consumo mundial per cápita es de 6.13 litros del alcohol, siendo el Hemisferio Norte, Argentina, Nueva Zelanda y Australia lugares de mayor consumo, seguidos por regiones de Sudáfrica, América con consumo mediano y finalmente, debido a su fe en e islam, en regiones del norte de África, la zona este del Mediterráneo, Asia del Sur y el Océano de la India hay bajo consumo debido a los altos grados de abstinencia (OMS, 2011).

El consumo de bebidas alcohólicas, a nivel mundial, el consumo nocivo de éstas es un factor importante para provocar la muerte, vemos que 2,5 millones de muertes están asociadas con consecuencias acarreadas por estar en estados de ebriedad, el alcoholismo provoca 320,000 muertes de jóvenes entre 15 y 29 años al año, lo que en porcentajes, es el 9% de las muertes de este rango de edad. El consumo excesivo de alcohol ocupa el tercer lugar de los factor de riesgo de la carga mundial de morbilidad y al igual que las drogas ilegales, está relacionado con problemas físicos, mentales y sociales (OMS, 2011).

Las bebidas que más se consumen son en 1er lugar lo tienen las llamadas destiladas en las que encontramos al whisky, ron, vodka, etc. con el 45.7%, seguidas por la cerveza con el 36.3%, con el 10.5% están bebidas diferentes que vienen de procesos de fermentación y el vino tiene el 8.6 % (OMS, 2011).

En cuanto al consumo de tabaco, encontramos que hasta el 2013, hay mil millones de consumidores a nivel mundial, sin importar la edad, casi la mitad de sus consumidores muere, incluyendo a aquellos que fuman de manera pasiva al respirar el humo del ambiente; al año, se estima que mueren 6 millones de personas de las cuales, 5 millones fuman y un aproximado de 600. 000 son fumadores pasivos. Si no se regula o se toman cartas en el asunto, la OMS, prevé que para el 2030 la cantidad de muertes aumentará hasta 8 millones de personas al año. Cada 6 segundos muere una persona a causa del tabaquismo, lo que

representa que 1 de cada 10 muertes son provocadas por esta adicción (OMS, 2013).

Según el estudio de la OMS, el consumo a nivel mundial ha aumentado en países de bajos ingresos y es en estas regiones donde encontramos que tanto la producción como el consumo de tabaco son un factor importante en la economía familiar, por una parte, en lugares pobres, los niños se ven obligados a trabajar desde pequeños en los plantíos de tabaco y aunque esto sirve de ingreso para sus hogares, les produce la enfermedad del tabaco verde que es nicotina que se absorbe en la piel tras haber trabajado con hojas de tabaco húmedas y a la vez, las muertes prematuras de los fumadores pasivos y activos privan a sus familias de ingresos y el tratamiento de los enfermos por tabaquismo es muy costoso (OMS, 2013).

Pasando a la situación nacional, en la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) se han tenido hallazgos cuantitativos acerca del consumo de sustancias tanto legales como ilegales, encontramos que en el 2008, el 35.6% de la población había fumado por lo menos una vez en su vida, comenzando su vida de fumadores en la edad de 17 años. También el 17.2% de la sociedad ha fumado más de 100 cigarros y finalmente, encontramos que el 18.5% de la población es fumadora activa a nivel nacional. Cabe mencionar que en zonas urbanas como la ciudad de México, hay 12 millones de fumadores activos (CONADIC, 2008).

Si hablamos de alcohol, el hallazgo es que casi 27 millones de personas consumen bebidas alcohólicas en grandes cantidades por ocasión y el consumo va aumentando con la edad al igual que la frecuencia ya que se reporta que casi 4 millones de mexicanos beben en grandes cantidades una vez por semana o con mayor frecuencia y el rango de edad de mayor consumo se encuentra entre los 18 y 29 años. Cabe mencionar que el 32% de la población del Distrito Federal se considera como bebedor alto (CONADIC, 2008).

En el consumo de drogas ilegales vemos que el 5.2% declara usar estas sustancias. La marihuana y la cocaína son las más usadas por la población

mexicana y el uso de éstas va en aumento, podemos darnos cuenta de que en el lapso del 2002 al 2008 la marihuana pasó de 3.5% a 4.2% mientras que la cocaína pasó del 1.2 al 2.4% (CONADIC, 2008).

Finalmente, en la situación en la Ciudad de México tenemos que La Unidad de Encuestas del Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente, junto con la Administración Federal de Servicios Educativos del Distrito Federal y el Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones en la Ciudad de México presentaron en 2013 la "Encuesta de consumo de drogas en estudiantes de la Ciudad de México 2012, entre los datos arrojados, vemos que en el consumo de tabaco, el 41% de los encuestados es fumador, la edad promedio para comenzar a fumar es a los 13.1 años de edad y aunque se han establecido leyes para no vender cigarrillos a menores de edad, el 29.1% tiene 17 años. Si hablamos del nivel de estudios, el 86.3% está cursando la secundaria y el bachillerato. Las delegaciones más afectadas por el consumo de esta sustancia son: Azcapotzalco, Cuajimalpa, Iztacalco, Coyoacán, Miguel Hidalgo, Gustavo A. Madero, Venustiano Carranza y Álvaro Obregón (Villatoro, et al, 2013).

En cuanto al consumo de bebidas alcohólicas en el Distrito Federal, vemos que el 68.2% de los encuestados aseguraron haber bebido alguna vez en su vida, mientras que el 40.1% lo ha hecho en el último mes. El promedio del inicio de consumo de bebidas embriagantes es a los 12.6 años, y al igual que en el tabaco, es en la etapa de la secundaria y el bachillerato en que más se consume alcohol, con el 27.2% y el 56.5% respectivamente y cuando la edad incrementa, llegamos a que el 92.5% de las personas que tienen de 18 a más años, bebió durante el último mes. Las delegaciones más afectadas por el consumo de alcohol son Azcapotzalco, Magdalena Contreras, Álvaro Obregón, Coyoacán y Cuajimalpa (Villatoro, et al, 2013).

El consumo de drogas ilegales, el 24.4% de los encuestados aseguraron haber consumido alguna sustancia ilegal, de esta población, el 15.3% es usuario experimental y el 9.1% restante usa drogas de manera regular, lo que significa que las ha utilizado más de 5 veces. En el nivel educativo encontramos que el

consumo total de drogas afecta más a los estudiantes de bachillerato con el 33.6%, mientras que los que estudian la secundaria tienen el 17.2%. Dentro de las preferencias de drogas, vemos que los encuestados consumen marihuana, inhalables, tranquilizantes y cocaína. Las delegaciones más afectadas por el consumo de marihuana son: Azcapotzalco, Cuauhtémoc, Venustiano Carranza, Miguel Hidalgo, Gustavo A. Madero y Coyoacán. En cuanto al consumo de cocaína, fueron Azcapotzalco, Venustiano Carranza, Cuauhtémoc e Iztapalapa. En el consumo de inhalables en el último año son: Cuauhtémoc, Magdalena Contreras, Venustiano Carranza, Azcapotzalco e Iztapalapa. Finalmente, en cuanto al consumo de tranquilizantes, la delegación con una prevalencia por arriba de la media de la Ciudad de México, es Azcapotzalco (Villatoro, et al, 2013).

La juventud citadina como parte de la sociedad, siente la necesidad de entablar relaciones personales, tales como amistosas o familiares dentro de entornos como lo son la casa, escuela, la calle o trabajo en algunos casos. El entablar estas relaciones es uno de los factores que llevan a un joven a tener contacto con el consumo de alguna sustancia y esto lo podemos corroborar con el ejemplo del tabaco. Se tiene el hallazgo de que una de las causas del consumo de cigarro es el estar en un entorno en el cual hay fumadores como lo son los amigos o la familia.

Es importante tratar el tema de la prevención de adicciones en jóvenes porque podemos darnos cuenta de que el consumo excesivo y la dependencia a sustancias, generalmente comienzan en la adolescencia y van en aumento hacia la edad adulta. El tener adicciones es un factor importante de problemas tanto de salud pública como con la sociedad, en la encuesta realizada por la ENA, podemos observar que el consumo de alcohol es detonante de conflictos familiares, laborales o de accidentes que pueden llegar a ser mortales.

Me parece relevante hablar de adicciones pero desde la perspectiva de la prevención, porque normalmente se crean programas o instituciones que tratan la rehabilitación apelando a la readaptación social por medio de anuncios publicitarios y otros productos mediáticos, mientras que la población se ve

bombardeada por mensajes que incitan al consumo de sustancias tales como el alcohol o el tabaco. Creo que es mejor el promover la prevención para que la juventud esté preparada para el contacto con los diferentes sectores de la sociedad a la que pertenece y no se involucre en adicciones.

Es vital investigar aspectos de la vida del joven tanto sociales como su relación familiar y/o escolar, y así poder reflexionar acerca de aquellos motivos que llevan a alguien a querer involucrarse en el consumo de sustancias. De igual manera, es pertinente la investigación de la comunicación interpersonal y de aspectos anímicos ya que el uso de sustancias viene de la mano con las emociones del consumidor. Por otra parte, también se debe investigar aspectos como los medios por los cuales la juventud adquiere información y la manera por la cual les agrada más el aprender o recibir información, por ejemplo, si les es más interesante ver productos multimedia o la comunicación cara a cara con personas especialistas o con alguien que inspire confianza en ellos.

Dicho todo lo anterior, tenemos que indagar las características de los jóvenes y ver cuáles son los principales motivos y/o situaciones que ponen en riesgo el caer dentro de las adicciones a drogas legales y/o ilegales, para así conocer los elementos con los cuales debe contar el plan de comunicación que tiene el fin de concientizar a la juventud acerca de los riesgos, así como el mostrar alternativas al mundo de las drogas.

Como ya enuncié, el consumo de drogas va aumentando con el paso del tiempo y este es un problema que causa varios conflictos en nuestra sociedad. Vemos por ejemplo que Rosa Elvira Vargas (2011) cita a Jorge Villatoro, responsable de las encuestas que realiza El Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente (INSRF), evidencia que “23 de cada 100 *chavos* admiten haberse emborrachado por lo menos una vez el mes anterior es un indicador importante. Consideramos que el alcohol es un problema muy fuerte a atender en el contexto de una droga legal y fácil de conseguir. De esa cantidad, 30 por ciento tiene 12 años o menos” (Villatoro en Vargas, 2011). Esto sólo hablando del consumo de alcohol, que como en la nota se indica, hay una conducta permisiva en las familias para con sus hijos

con respecto al consumo de bebidas embriagantes y esto es debido a que al ser éstas una droga legal y socialmente aceptada, no se ve tanto riesgo, aunque vemos que incluso la cerveza causa dependencia.

Por otra parte, hablando de las consecuencias que trae el consumo de drogas en nuestra Ciudad, podemos decir que el exceso lleva a tener repercusiones que son dañinas para la sociedad, los jóvenes adictos a drogas desarrollan conductas problemáticas tales como son: relaciones sexuales sin protección, robo, síntoma depresivo, intento de suicidio, actos antisociales, por mencionar algunos (Villatoro, et al, 2009).

Al ser la marihuana, la cocaína, la heroína, etcétera, drogas ilegales, son un factor de riesgo muy alto para nuestra sociedad, podemos enunciar que hoy en día se vive una inseguridad muy grande no sólo en nuestra Ciudad sino en todo el país y esto es causado por el narcotráfico que es una actividad que viene de la delincuencia organizada. Si hacemos un análisis de lo que ha sucedido en México en los últimos años, vemos que esta actividad ha dañado a nuestro país desde el punto de vista de la venta ilícita de estupefacientes, hasta las medidas que han sido tomadas por el Gobierno Federal, el cual ha mantenido una guerra en contra de los cárteles y que ha sido la causa de miles de muertes (La Defensa de Estados Unidos recientemente estimó que han sido 150,000, pero el Gobierno mexicano dijo que esto ha sido en todo el continente) (Animal Político, 2012).

Si hablamos del tabaco si bien, se ha disminuido el número total de fumadores, pero la adicción va aumentando según el rango de edad vemos por ejemplo que “La tercera parte de los alumnos de secundaria admite haber fumado alguna vez, pero el porcentaje pasa a 62.3 en preparatoria.” (Vargas, 2011).

Después de enunciar lo anterior, vemos que el problema de las adicciones es muy relevante en la Ciudad, y tratarlo desde la prevención me parece idóneo debido a que de esta manera podemos concientizar a la población joven del Distrito Federal para poder evitar los riesgos que se corren al enrolarse con drogas tanto legales

como ilegales. La prevención ayudaría socialmente en el punto de disminución de actos delictivos así como una mejor convivencia en sociedad.

Dado el contexto anterior, a continuación se presenta el diseño de la investigación:

Objetivos del plan de comunicación

Objetivo General:

- ✓ Hacer un plan estratégico de comunicación orientado a concientizar a la juventud acerca de los riesgos y consecuencias que corren al involucrarse con drogas tanto legales como ilegales.

Objetivos Particulares:

- ✓ Prevenir a la juventud acerca de las consecuencias del consumo de drogas
- ✓ Mejorar la autoestima y el autoconcepto de los jóvenes.
- ✓ Generar actividades de diversión alternativas a consumo de drogas.
- ✓ Incidir en la concientización de padres y profesores con el fin de que brinden confianza a los jóvenes.

Pregunta de investigación: ¿Qué características debe tener un plan de comunicación para generar estrategias convincentes para que la juventud no se enrole con las adicciones?

Hipótesis: el problema de la adicción a las sustancias legales e ilegales se da en nuestra sociedad porque hay poca información preventiva que nos hable de consecuencias, así como de causas emocionales y esto lleva al joven por un lado a consumir drogas socialmente aceptadas, ya que es común para cualquiera el beber alcohol por ejemplo, si hablamos de las ilegales, es por lograr un sentido pertenencia a un círculo amistoso que es lo que lleva al consumo fuerte para después convertirse en adicción.

Capítulo 2 Instrumentos de investigación para el diagnóstico

El presente plan de comunicación está construido a partir de un diagnóstico arrojado por investigación documental acerca de las adicciones, así como por la aplicación de una táctica de investigación a una parte de la población, los resultados obtenidos de ambas investigaciones fundamentan los medios y tácticas por las cuales se pretende atacar el problema .

Acercamiento teórico y conceptual

Las adicciones deben de ser prevenidas desde un punto comunicativo porque también causan problemas desde el ámbito de los medios masivos y de la comunicación interpersonal. Si hablamos de la comunicación masiva, vemos que principalmente hay dos formas por las cuales los medios hacen promoción o muestra de las adicciones, la primera son los productos publicitarios en los cuales se nos habla del consumo de alcohol, podemos decir que en estos se incita a la población a la consumo, poniendo situaciones o personajes que nos dicen que el beber te convierte en una persona amigable o de sociedad, por ejemplo la marca de ron Antillano, bajo su eslogan “**Soy Antillano y qué**” nos muestra a personas jóvenes extrovertidas que parecen estarse divirtiendo con ayuda del alcohol o el de la marca Bacardí en la cual vemos que se anuncia la bebida por medio de personas que visten elegante y que están en fiestas de la clase alta, es por estos medios que “se introducen con más eficacia los modelos culturales en que se socializan los individuos y los jóvenes”, más adelante continua, “llegan al joven datos, criterios, ideas y sensaciones que van conformando su pensamiento y su propia visión del mundo” (Macià 1998, pp. 76).

Por otra parte, la comunicación interpersonal también es un factor por el cual las adicciones pueden darse, ya que en nuestro país es muy común que en la sociedad se beba en cualquier reunión, esta práctica se ha vuelto muy cotidiana, convirtiéndose en un requisito para formar parte de ciertos círculos sociales y con esto me refiero a que no sólo se da en el ámbito de la amistad, sino que también

en la familia que es un gran factor de influencia para el consumo ya que “los jóvenes cuyos padres tienen actitudes favorables al consumo, o ellos mismos consumen tabaco, bebidas alcohólicas u otras drogas, es más probable que consuman alguna de estas sustancias” (Macià, 1998, pp. 70).

En el proceso de la socialización un joven se ve involucrado con drogas tanto legales como ilegales, podemos decir que es en la etapa de la juventud cuando una persona comienza a generar su personalidad con el fin de encajar en un grupo social en el cual se busca la aceptación por medio de llevar a cabo conductas marcadas por cada círculo social (Macià, 1998).

Por otra parte vemos que las personas que retraídas o tímidas, en la búsqueda de conseguir relaciones interpersonales, “pueden recurrir por ejemplo, al alcohol u otras drogas para desinhibir su conducta en una reunión social” (Macià, 1998, pp. 66-67).

También el consumo de drogas está estrechamente relacionado con las emociones y se usan en casos como el estrés, el enojo, la felicidad, etc. y esto es porque el estar bajo la influencia de alguna sustancia como lo es el alcohol o alguna droga ilegal está ligado con un escape de la realidad inmediata y en la que se busca tener placer o tranquilidad ante cualquier situación (Macià, 1998), pero tarde o temprano pueden convertirse en adicciones que influyen en la comunicación interpersonal, por ejemplo, como lo menciona la Organización Mundial de la Salud: “Entre las víctimas, las consecuencias para la salud consisten en traumatismos físicos y daños emocionales, como depresión, ansiedad y problemas de sueño.” (OMS, 2006, pp. 8) Aquí podemos darnos cuenta que el alcohol al ser causante de problemas que van más allá de lo físico, puede ser también un factor importante para el cambio de personalidad de aquel que lo consume y esto es lo que causa que se genere otro gran problema en el nivel interpersonal, a la problemática que me refiero es que el alcohol es detonante de la violencia ya que “Los bebedores tienen menos autocontrol y

capacidad de procesar la información que reciben, por lo que es más probable que recurran a la violencia en las confrontaciones” (OMS, 2006, pp. 2).

Juventud

Ya que el problema se aborda es de un rango de edad de los 15 a los 25 años, tenemos que hablar de la juventud. Siguiendo la propuesta que hace Oscar Dávila León basándose en Bourdieu, “Los conceptos de adolescencia y juventud corresponden a una construcción social, histórica, cultural y relacional, que a través de las diferentes épocas y procesos históricos y sociales han ido adquiriendo denotaciones y delimitaciones diferentes” (Dávila, 2004, pp. 86) con esto podemos ver que tanto el rango de edad como las conductas que se marcan bajo el concepto de “juventud”, son marcadas y establecidas por cada contexto y por lo tanto son exclusivas de la ideología que tenga cada región. Siguiendo esta propuesta y lo que Dávila nos explica como franja etaria, que es cuando cierto sector de la población cuenta con un rango de edad semejante, vemos que en nuestro país, es considerada juventud, a la población que tiene entre 14 y 30 años (Dávila, 2004).

Tomando la etapa de juventud como el inicio más común de la vida adicta a sustancias de las personas, en nuestro tiempo con el bombardeo de mensajes de los medios de comunicación y principalmente la televisión con spots en los que se anuncian bebidas embriagantes, la sociedad es incitada al consumo de éstas para su diversión y con el creciente acceso a la información que tiene la juventud, recibe antes estos estímulos. Jesús Martín Barbero, explica que aunque se ha tratado de disfrazar la realidad con cuentos infantiles, la televisión abre las puertas a la juventud e infancia al mundo de los adultos y de igual manera pasa con el internet, ya que con esta herramienta, se tiene un mayor acceso a cualquier cosa, adelantando procesos en la vida de una persona y es así como cambia la percepción de los jóvenes. Con esto me refiero a que con el mayor acceso a la información, el joven se encuentra más fácilmente con los mensajes hegemónicos

que emiten los medios de comunicación y se crea cada vez más rápido la curiosidad por el consumo de drogas legales o ilegales, al estar expuesto a la oferta de los comerciales en los que se muestra una vida ideal o divertida, que luego es satanizada al llegar al exceso (Martín Barbero, 2008).

En nuestros días con la televisión y el internet como ventana al mundo, “introduce un profundo des-orden cultural en la familia y la escuela. En la familia, porque mientras el texto escrito creó espacios de comunicación exclusiva entre los adultos instaurando una marcada segregación entre adultos y niños, la televisión <<cortocircuita>> los filtros de la autoridad parental.” (Martín Barbero, 2008, pp. 32). Con la ayuda tecnológica, se permite que la juventud tenga acceso a lo que por regla de edad no está apto para percibir. Está expuesto a imágenes de violencia, sexo y de adicciones.

Hablando de juventud, Carles Feixa con su metáfora de los relojes, nos explica cómo es que los jóvenes de distintos estratos sociales o épocas, se adueñan de conocimientos. Como primer modelo, se tiene el reloj de arena, que es aquel que se encuentra en las culturas pos figurativas, en el que el desarrollo es totalmente lineal y el cambio social es muy lento debido al poco consumo cultural que llega a este tipo de sociedades. Es decir, el joven aprende y hace lo mismo que hizo el padre, repitiendo patrones y roles que el contexto en el que vive le enseña como “correctos” o “normales”. Por ejemplo, en el caso de gente con adicciones, puede ser que toda la vida haya convivido con personas (padres, hermanos) que consumen habitualmente sustancias, y dicha persona comienza a beber, fumar o drogarse debido a que está en su estructura de normalidad y repetirá lo hecho por las generaciones pasadas (Feixa, 2003).

Feixa también aborda del tema de los síndromes de la juventud. En el caso de esta investigación, funciona mejor el llamado “Síndrome Peter Pan” que es aquel en que el joven se rebela a ser adulto para no tener que entrar en el sistema de ideas del mundo mayor para poder quedarse viviendo como un joven sólo

realizando actividades que se realizan en la época de la adolescencia. Así es el caso de personas con drogadicción en el cual lo hacen por diversión y cuando llegan a la edad adulta, comienzan a evadir responsabilidades tales como el trabajo, el cuidado del hogar o de la vida misma, por seguir viviendo esta diversión (Feixa, 2003).

La sociedad, al estar expuesta a los mensajes de los medios, hace uso de lo que Feixa llamó los “Ritos de paso” y esto es que reproducimos constantemente los modelos sociales que están legitimados hegemónicamente, cumpliendo así el ciclo en el cual nos adueñamos de ideas impuestas creyendo que estamos en lo correcto, como al beber, porque vemos en los anuncios aspectos que quisiéramos para nuestra vida, como diversión, autos, aventura, etc. Mientras que se puede ver que el consumo de alcohol es una manera de control en la sociedad (Feixa, 2003).

Drogas

Macià nos explica que las drogas son: “aquellas sustancias que tienen propiedades psicoactivas, como pueden ser el alcohol, el tabaco, los opiáceos, etc.” (Macià, 1998). Por su parte, CONADIC apoyado en la OMS nos dice que una droga es: una sustancia que al entrar en el organismo puede cambiar una o varias de sus funciones, así mismo una droga es aquella sustancia que se toma por auto-administración y es sólo por sentir el placer que genera y que no tiene un uso terapéutico (CONADIC, 2012).

Adicción

Por otra parte, es necesario abordar la definición de adicción que también es denominada dependencia, la cual, Macià, apoyado en la OMS, define como: un estado que puede ser psíquico o físico que es causado cuando una droga y un organismo actúan entre sí, esta relación está caracterizada por cambios de

comportamiento que son causa de un impulso irreprimible por consumir periódicamente alguna sustancia (Macià, 1998).

De acuerdo con la CONADIC, La adicción o dependencia pasa por las siguientes fases:

- Tolerancia: esta fase es cuando el consumo de la sustancia necesita ser aumentado para conseguir el efecto deseado.
- Abstinencia: se caracteriza por un síndrome causado por no consumir la sustancia y éste puede generar temblores o ansiedad y sólo se puede quitar administrando la droga o una similar.
- Administración de la sustancia: el consumo es cada vez mayor y más frecuente.
- Continuación de administración: el momento en que se sigue consumiendo la sustancia aún teniendo conciencia de los daños físicos y psíquicos que causa.
- Reducción de actividades: el consumidor deja a un lado cualquier clase de actividad que solía llevar a cabo (sociales, laborales, recreativas, etc.) por preferir consumir la droga.
- Deseo persistente o infructuoso de bajar la dosis o dejar por completo la sustancia (CONADIC, 2012).

Después de hablar de lo que son las drogas y la dependencia, es necesario abordar a cada una de ellas debido a que tienen diferente reacción de dependencia en el consumidor, para su exposición, las sustancias están divididas en lo que se conoce como drogas legales (tabaco, alcohol y cafeína) e ilegales (mariguana, cocaína, heroína, etc.)

Sustancias Legales

El tabaco, es una planta americana que hoy en día se usa en los cigarrillos, su principio activo es la nicotina, pero contiene más elementos químicos como lo son el alquitrán, el monóxido de carbono, amonio, plutonio, entre otras que son causa de varias enfermedades como lo son el cáncer (boca, garganta, estómago,

cérvicouterino, entre otros), respiratorias (bronquitis, asma y enfisema), cardíacas (deficiencia coronaria), problemas circulatorios, hipertensión, embolias, resequedad en la piel, arrugas prematuras, pérdida de piezas dentales, menopausia temprana y disfunción eréctil por mencionar algunas (CONADIC, 2012).

El alcohol es otra droga legal que como ya mencioné es socialmente aceptada y que si hacemos relación con el reloj de arena propuesto por Feixa, pasa de generación en generación. Esta droga, es alcohol etílico o etanol que se obtiene de la fermentación anaeróbica de los hidratos de carbono, la dependencia con las bebidas embriagantes se da a nivel físico y psíquico, causando adicción después de generar tolerancia tras el consumo de esta droga, otra repercusión es que en la etapa del síndrome de abstinencia, se provoca lo que se conoce como Delirium tremens, alucinaciones, temblores y convulsiones (Maciá, 1998).

La CONADIC dice que los efectos del alcohol se dan en 5 etapas, las cuales son:

1. Un estado de inhibición, el sujeto se relaja y se comunica con facilidad debido a que el alcohol ataca al sistema nervioso.
2. Se comienzan a producir los problemas de juicio y de movimiento ya que se trastorna la visión y el equilibrio.
3. Confusión mental, se tambalea al caminar, más problemas de visión (visión doble) cambio de comportamiento (estado de ánimo), problemas de comunicación (mala pronunciación de las palabras y no comprende del todo lo que escucha)
4. Se pierde la capacidad de caminar, tiene vómito, incontinencia para orinar.
5. Inconsciencia que puede llegar al estado de coma y finalmente a la muerte por producir parálisis respiratoria (CONADIC, 2012).

El consumo excesivo de alcohol daña órganos del cuerpo como son: el hígado, estómago, riñones, corazón y sistema nervioso. Las enfermedades físicas que vienen por el alcoholismo como la cirrosis hepática o los padecimientos cardíacos son una de las causas principales de mortandad en nuestro país y también vemos

que los consumidores de alcohol disminuyen su expectativa de vida en 5 o 10 años.

El consumir bebidas embriagantes causa que las personas se conviertan en lo que hoy en día conocemos como alcohólicos, esta denominación se le da a aquel sujeto que:

- 1) “bebe en forma reiterada cantidades excesivas de alcohol y
- 2) Padece un daño por el alcohol” (Kessel, Walton, 1989, pp. 18).

El problema del alcoholismo ha preocupado a asociaciones civiles, una de las más conocidas en el mundo es, “Alcohólicos Anónimos”, esta agrupación desde su origen, en Ohio en 1935, ha desarrollado libros que hablan del tema y de su tratamiento, uno de los títulos principales es el “Alcohólicos Anónimos” también conocido como el “Libro Azul” o “Libro Grande” en este, podemos saber de qué se trata al alcoholismo como una enfermedad incurable, con esto me refiero a que los miembros de A.A. dicen que uno se puede recuperar al estar en busca de la sobriedad pero no curar ya que el alcoholismo se queda en el cuerpo del alcohólico de manera pasiva y por medio de la siguiente metáfora explican su visión de este problema social: “Somos como individuos que han perdido las piernas; a estos nunca les salen otras. Tampoco parece haber ninguna clase de tratamiento que haga que los alcohólicos como nosotros seamos como la demás gente” más adelante continúa “Los médicos que están familiarizados con el alcoholismo están de acuerdo de que no hay tal cosa como convertir a un alcohólico en un bebedor normal.” (AlcoholicsAnonymusWorldServices, [1939] 2011, pp.28, 29).

La cafeína también es una droga legal y que no es vista tan peligrosa, pero causa varios trastornos que son expuestos en el Manual de Diagnóstico y Estadístico de Trastornos Mentales (DSM IV) de la Asociación Americana de Psiquiatría. El beber de 2 a tres tazas de café (250 mg) puede ser causantes de algunos de los siguientes síntomas: (5 o más): Inquietud, nerviosismo, excitación, insomnio,

rubefacción facial, diuresis, alteraciones digestivas, contracciones musculares, lagorrea y pensamiento acelerado, taquicardia o arritmia cardiaca, sensación infatigabilidad o agitación psicomotora (DSM IV en <http://www.psygnos.net/biblioteca/DSM/Dsmcafeina.htm>, 28 de mayo del 2012).

Sustancias Ilegales

Las drogas ilegales las encontramos de varios tipos, las primeras son llamadas “estimulantes”, en estas, encontramos sustancias como la cocaína, éxtasis y las anfetaminas, al consumirlas hace que haya euforia, excitación desinhibición, son de efecto rápido, las segundas son las llamadas “depresores”, aquí podemos encontrar a el opio y sus derivados como lo son la morfina, la codeína y la heroína, estas sustancias principalmente son usadas para calmar dolores ya que tienen propiedades analgésicas, provocan relajamiento al generar que el consumidor se desconecte de su realidad inmediata, también aquí encontramos a los tranquilizantes que son las medicinas; popularmente son conocidas como las pastas, dentro de esta categoría encontramos los inhalables como lo son el chemo, el thinner, la mona o la gasolina, estas sustancias provocan hormigueo, mareo dificultades para hablar y de visión y sensación de flotar, y finalmente están las llamadas “alucinógenas” aquí encontramos a la marihuana, el LSD, los hongos, el peyote, como su nombre lo enuncia, estas drogas provocan alucinaciones auditivas, visuales, y una fuerte confusión entre la realidad y la fantasía, y desorientación de tiempo y espacio (CONADIC, 2012).

La mayoría de las drogas ilegales tienen repercusiones fuertes tales como enfermedades cardiacas, angustia, depresión delirios de persecución, vómito, infecciones (en el caso de las inyectables), convulsiones, desórdenes mentales y emocionales y en el peor de los casos, la muerte (CONADIC, 2012).

Finalmente, es necesario tocar el tema de las llamadas “Drogas recreativas”, este término es usado por los medios para designar las sustancias que son aceptadas

socialmente o que se consideran menos dañinas a la salud, pero vemos que en términos científicos y médicos ninguna droga es para recrearse, este término es usado para describir el tipo de uso que se da a la droga, por ejemplo se le llama recreativo cuando una persona consume alguna sustancia con un grupo de amigos y no lo hace de manera circunstancial sino que ya está planeado y sucede cotidianamente (Dillon, 2010).

Estrategia metodológica

El método que se utiliza es cuantitativo, este tipo de metodología es una perspectiva para la investigación que nace desde la propuesta positivista y trata de ver los fenómenos sociales a través de las gafas de las leyes de las ciencias naturales que intentan “establecer relaciones causales que supongan una **explicación**”. (Bisquerra, 1989, pp.56) Este enfoque pretende estudiar al ser humano y su comportamiento de una manera objetiva a través de los números, con esto me refiero a que usando la frecuencia de repetición de las respuestas de la gente es que se llega al conocimiento de cualquier fenómeno.

Otra característica es que esta metodología hace ver al investigador como alguien “externo” al fenómeno estudiado, debido a que al ser un método normativo y positivista, debe ser objetivo y, por lo tanto, quien investiga no se involucra con el objeto de estudio. Lo que se busca es encontrar leyes generales por medio de datos estadísticos (Bisquerra, 1989).

Selección de técnica aplicada para obtener el diagnóstico

La técnica que se utilizó es la encuesta que es un método para recoger datos por medio de un cuestionario estructurado, se puede hacer de manera escrita o verbal y la información viene de un sujeto que es parte de la muestra de población que al ser una técnica cuantitativa, se ve como objeto de estudio (Alvira, 2004).

Selección, justificación y descripción del universo o fuente

El cuestionario es de tipo cuantitativo, con 35 reactivos. Fue aplicado a 120 jóvenes de la delegación Venustiano Carranza, dentro de las colonias Merced Balbuena, Ampliación Aviación Civil, Aeronáutica Militar y Valle Gómez. La muestra fue elegida con base en características socioeconómicas de las colonias antes mencionadas.

Con respecto a la Delegación a la que está dirigido este plan, vemos que en una nota publicada por el periódico "El Universal", se menciona que hay 4 delegaciones en las que encontramos mayor número de delitos como homicidios dolosos, narcomenudeo y robo a transeúnte y Venustiano Carranza se menciona en tercer lugar y se remarca que es una de las demarcaciones con más problemas de narcomenudeo. (Martínez, 2012).

Para la obtención de datos y el número de cuestionarios a aplicar, se utilizó el muestreo denominado como "no probabilístico" debido a que es un método en el cual se eligen a las personas a cuestionar por medio de seguir criterios específicos. Dentro de este tipo de investigación, hay diferentes clasificaciones, y la elegida fue el "muestreo discrecional" que consiste en que el investigador elige los elementos que cree que pueden aportar al estudio que está realizando (UNSON, 2013). En este caso, los elementos son las características socioeconómicas de las colonias elegidas.

Se diseñó un cuestionario que contara con los siguientes elementos: variables sociodemográficas y variables socioeconómicas, que nos permiten identificar

quiénes son los sujetos, y para saber cómo son. Se emplearon reactivos que permitieran aproximarnos a su conocimiento y costumbres en cuanto al tema a investigar y a sus hábitos de consumo mediático.

La aplicación del cuestionario es lo que nos permite conseguir la información para saber aquello que piensan o han vivido los jóvenes de entre 15 y 25 años de la delegación Venustiano Carranza con respecto al tema de las adicciones a sustancias legales e ilegales. La información arrojada nos permite llevar a cabo el diagnóstico, éste es la piedra angular de la investigación, con esto me refiero a que con el éste sabremos las necesidades, hábitos, saberes, propuestas, etc. que tiene la población joven de la Delegación y al sumar todo esto, tendremos un resultado que estará incluido en cada una de las estrategias del Plan.

Instrumento metodológico utilizado

El siguiente cuestionario tiene fines únicamente académicos, así que la información que se obtenga será usada de manera totalmente confidencial y anónima.

Lea y conteste las siguientes preguntas marcando la respuesta que le parezca más idónea. Le recordamos que no es un examen de conocimientos. ¡Adelante!

Sexo: M F

Edad: ____

Ocupación: ____

1. Actualmente vive con:

- a) Padres
- b) Pareja
- c) Otro (especifique)_____

2. ¿Económicamente de quién depende?

- a) Padres
- b) Pareja
- c) Usted mismo
- d) Otro (especifique)_____

3. ¿Tiene hijos?

- a) Sí (¿Cuántos?)_____
- b) No

4. ¿Tiene hermanos?

- a) Sí (¿Cuántos?)_____
- b) No

5. ¿Para trasladarse de un lugar a otro qué transporte usa con más frecuencia?

- a) Metro
- b) Metrobus
- c) Microbus
- d) Taxi
- e) Automóvil propio
- f) Otro (Especifique)_____

6. ¿Último grado de estudios?
- a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Bachillerato
 - d) Carrera Técnica
 - e) Licenciatura
 - f) Otro _____
7. ¿Con qué aparatos electrónicos cuenta en casa? (Puede elegir más de uno)
- a) Televisión
 - b) Computadora
 - c) Reproductor MP3
 - d) Radio/Estéreo
 - e) Teléfono
 - f) Módem para servicio de Internet
 - g) Teléfono celular
8. ¿Qué acostumbra hacer en su tiempo libre?
- a) Salir con amigos
 - b) Leer
 - c) Practicar algún deporte
 - d) Ver T.V
 - e) otro (especifique) _____
9. ¿Alguna vez ha fumado?
- a) Sí
 - b) No
10. ¿Fuma actualmente?
- a) Sí
 - b) No
11. ¿Quién le enseñó a fumar?
- a) Padres
 - b) Amigos
 - c) Tíos
 - d) Primos
 - e) Otros (especifique) _____
12. ¿Cuántos cigarrillos fuma o fumaba por ocasión?
- a) 1-3 cigarrillos por ocasión
 - b) 4-7 cigarrillos por ocasión
 - c) 8-11 cigarrillos por ocasión
 - d) 12-15 cigarrillos por ocasión
 - e) Más de 15 cigarrillos por ocasión

13. ¿Conoce usted qué enfermedades o problemas son ocasionados por el consumo de tabaco?

- a) Sí (¿Cuáles?) _____
- b) No

14. ¿Alguna vez ha consumido bebidas con alcohol?

- a) Sí
- b) No

15. ¿Consume bebidas con alcohol actualmente?

- a) Sí
- b) No

16. ¿En qué tipo de reunión o evento bebió su primera copa?

- a) Fiesta con amigos
- b) Fiesta con familiares
- c) Otro (especifique)

17. ¿Cuántas copas bebe o bebía por ocasión?

- a) 1-3 copas por ocasión
- b) 4-7 copas por ocasión
- c) 8-11 copas por ocasión
- d) 12-15 copas por ocasión
- e) Más de 15 copas por ocasión

18. ¿En qué tipo de eventos acostumbra o acostumbraba beber?

- a) Fiestas o reuniones con amigos
- b) Fiestas o reuniones con familia
- c) Cualquier día

19. ¿Conoce usted las enfermedades que produce el consumo de bebidas con alcohol?

- a) Sí (¿Cuáles?) _____
- b) No

20. ¿En qué tipo de situaciones emocionales acostumbra o acostumbraba beber? (Puede elegir más de una respuesta)

- a) Tristeza
- b) Enojo
- c) Felicidad
- d) Todos los anteriores
- e) Otro (especifique) _____

21. ¿Alguna vez ha probado algún tipo de droga?

- a) Sí
- b) No

22. ¿Consume algún tipo de drogas actualmente?

- a) Sí
- b) No

23. ¿Cuántas dosis consume o consumía drogas por ocasión?

- a) 1-3 dosis por ocasión
- b) 4-7 dosis por ocasión
- c) 8-11 dosis por ocasión
- d) 12-15 dosis por ocasión
- e) Más de 15 dosis por ocasión

24. ¿De quién recibió la primera dosis?

- a) Amigos
- b) Familiares
- c) Usted mismo
- d) Otros (especifique)

25. ¿En qué tipo de situaciones emocionales acostumbra o acostumbraba consumir drogas?
(Puede elegir más de una respuesta)

- a) Tristeza
- b) Enojo
- c) Felicidad
- d) Todos los anteriores
- e) Otro (especifique) _____

26. ¿Conoce usted las repercusiones que trae el consumo de drogas?

- a) Sí (¿Cuáles?) _____
- b) No

27. El consumo de drogas legales e ilegales es un problema latente de nuestros tiempos, ¿por qué causa cree usted que alguien se vuelva adicto a una sustancia?

28. ¿Qué propuesta haría usted para que los jóvenes no caigan en adicciones?

29. ¿En qué lugar ha recibido información u orientación preventiva acerca del consumo de drogas legales e ilegales? (Puede mencionar más de una)
- a) Escuela
 - b) Trabajo
 - c) Casa
 - d) Otra (Especifique) _____
 - e) Ninguna, no he recibido información
30. Enumere de 1 al 5 el medio de comunicación que usa más, siendo el uno el más usado y el cinco al que recurre con menor frecuencia.
- a) Televisión _____
 - b) Radio _____
 - c) Internet _____
 - d) Periódico _____
 - e) Revistas _____
31. ¿Cuántas horas ve la televisión al día?
- a) 1-3
 - b) 4-7
 - c) 8-11
 - d) Más de 11
32. ¿Cuántas horas usa Internet al día?
- a) 1-3
 - b) 4-7
 - c) 8-11
 - d) Más de 11
33. ¿De cuál de las siguientes redes sociales tiene cuenta activa? (Puede elegir más de una)
- a) Facebook
 - b) Twitter
 - c) Myspace
 - d) Hi5
 - e) Otro especifique
34. ¿Acostumbra leer periódico?
- a) Sí ¿Cuál? _____
 - b) No
35. ¿Con quién prefiere platicar de sus problemas?
- a) Padres
 - b) Hermanos
 - c) Amigos
 - d) Otro (especifique) _____

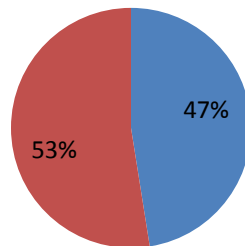
¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Análisis de Resultados

*Para ver correspondencia con el número de encuestados, revisar Anexos.

Sexo

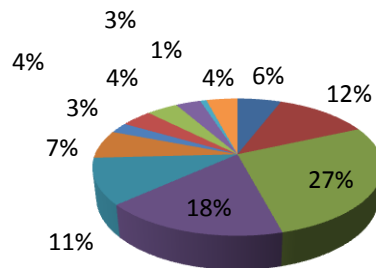
■ Masculino ■ Femenino



La siguiente gráfica, nos muestra el porcentaje de habitantes encuestados en cuanto al sexo se refiere, podemos ver que el 53% está conformado por mujeres, mientras que el 47% son hombres

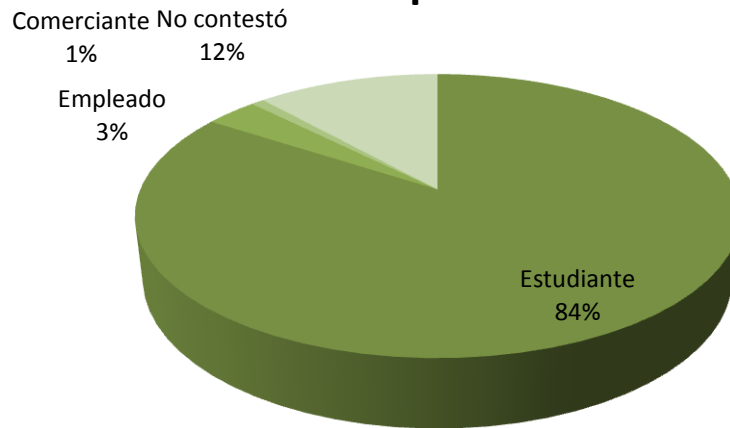
Edad

■ 15 ■ 16 ■ 17 ■ 18 ■ 19 ■ 20 ■ 21 ■ 22 ■ 23 ■ 24 ■ 25 ■ No Contestó



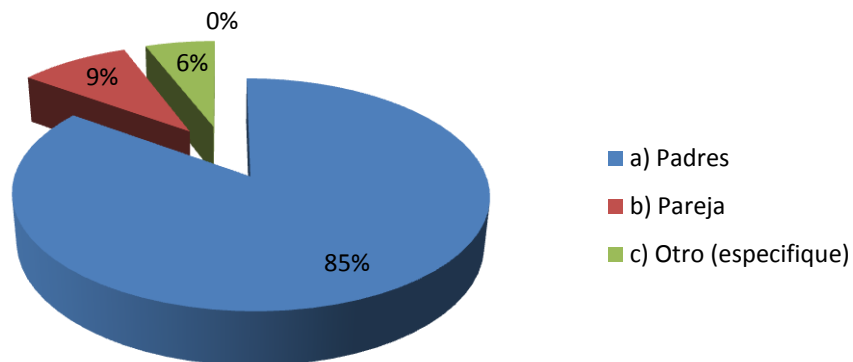
En la edad, podemos ver que tuvo más porcentaje los 17 años con, 27%, seguido por el 18% de los que tienen 18 años, como tercer lugar tenemos el 12% que tiene la edad de 16 años. El 11% de los encuestados contaba con 19 años y el 6% de 15 años. Si sumamos los porcentajes anteriores, obtenemos que el 74% de los encuestados es menor de 20 años.

Ocupación



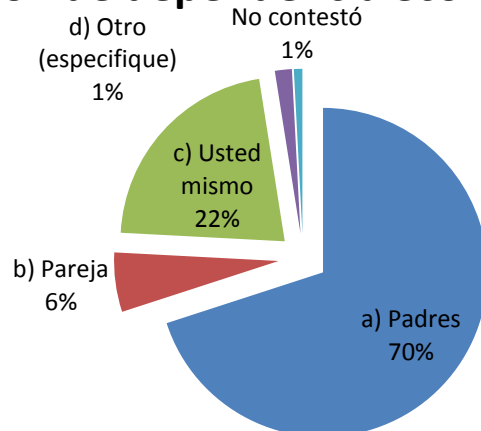
El 84% de los encuestados aseguró ser estudiante, mientras que el 4% declaró trabajar como empleado o comerciante y 12% restante, no contestó.

Relación de personas con las que vive el encuestado



Podemos ver que el 85% vive con sus padres, mientras que el 9% vive con su pareja y el 6% restante vive con otros miembros de la familia, amigos o solos.

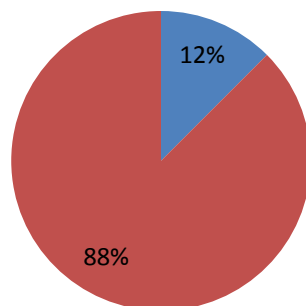
Relación de dependencia económica actual



El 70% de los encuestados depende de sus padres, seguido del 22% que declaró mantenerse solo. El 6 % depende de su pareja y el 1% depende de otro al igual que los que no contestaron.

Descendencia del encuestado

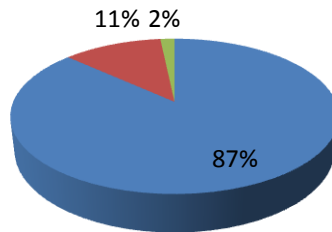
■ a) Sí (¿Cuántos?) ■ b) No



El 88% de los encuestados aún no tiene descendencia mientras que el 12% declaró tener hijos.

Relación de número de hermanos

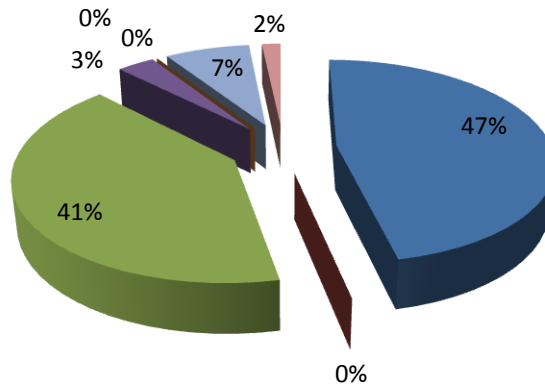
■ a) Sí (¿Cuántos?) ■ b) No ■ c) No contestó



El 87% tiene por lo menos un hermano y hay casos en los que se llega hasta los 9 hermanos, seguido por el 11% que aseguró no tener y el 2% no contestó.

Frecuencia de medio de transporte más usado

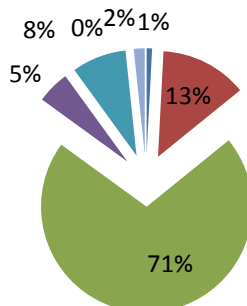
■ a) metro ■ b) metrobus ■ c) microbus ■ d) taxi
■ e) automóvil propio ■ f) Otros (especifique) ■ Anulados ■ No contestó



El medio de transporte que más usan los encuestados es el metro con el 47%, seguido por el microbús con 41%, encontramos que 7% fueron anulados, el 3% utiliza el taxi y el 2% no contestó.

Último grado de estudios

■ a) Primaria ■ b) Secundaria ■ c) Bachillerato ■ d) Carrera técnica
■ e) Licenciatura ■ f) Otro ■ No contestó

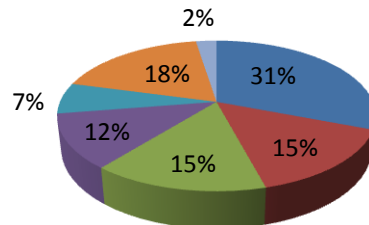
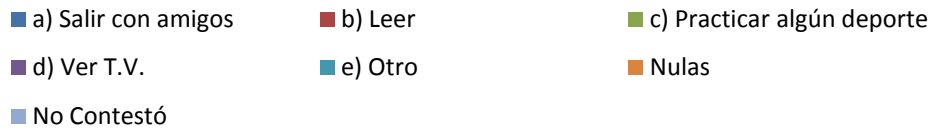


Respecto al grado de estudios se encontró que el 71% tiene como último el nivel bachillerato, mientras que el 13% estudió la secundaria, el 8% licenciatura, 5% carrera técnica y 1% primaria.

Tipo de aparatos electrónicos que se tienen en casa	Sí	Porcentaje	No	Porcentaje
a) Televisión	118	97%	2	3%
b) Computadora	87	72%	33	28%
c) Reproductor MP3	58	48%	62	52%
d) Radio/Estéreo	87	72%	33	28%
e) Teléfono	89	74%	31	26%
f) Módem para servicio de Internet	63	52%	57	48%
g) Teléfono Celular	97	81%	23	19%

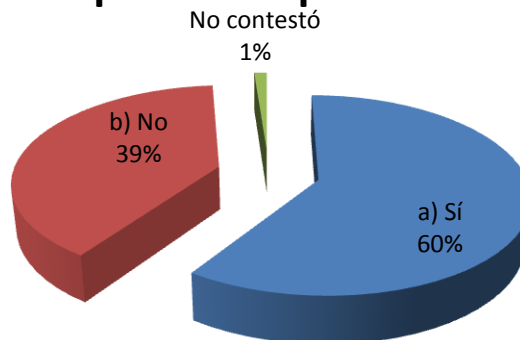
La tabla nos muestra que el aparato electrónico que más tienen es la televisión con el 97%, el 81% tiene teléfono celular mientras que el 74% tiene teléfono de casa, esto nos muestra que el celular es más usado que la telefonía de casa. Por otra parte, se observa que también el radio/estéreo y computadora superan el 70% de personas que aseguran contar con dichos aparatos, el que menos porcentaje obtuvo fue el reproductor MP3 con el 48%.

Actividades realizadas en el tiempo libre



El tiempo libre de los encuestados está dividido en diferentes actividades, el 31% sale con amigos, leer y practicar algún deporte tienen el 15% respectivamente y el 12% asegura ver T.V. el 18% de las respuestas fue anulado debido a que se contestó con más de una opción sin que se hubiera solicitado. En la opción "otro", vemos que el 7% realiza actividades diferentes a las propuestas en el cuestionario, tales como: cantar, salir a fiestas, salir con hijo, escuchar música, por mencionar algunas.

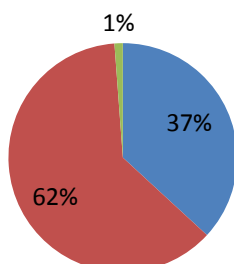
Total de personas que han fumado



El 60% de los encuestados ha fumado mientras que el 39% no lo ha hecho y el 1% no contestó la pregunta.

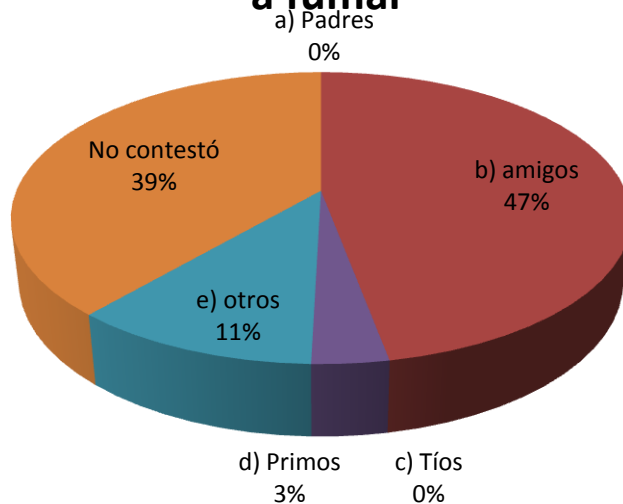
Personas que siguen fumando actualmente

■ a) Sí ■ b) No ■ No contestó



El 62% asegura no fumar actualmente, mientras el 37% continúa fumando y el 1% no contestó.

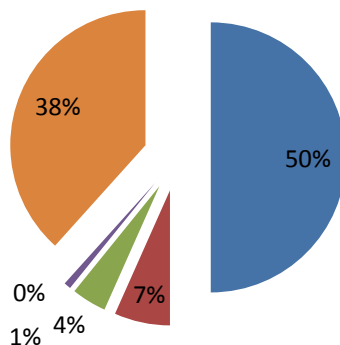
Relación de personas que les enseñaron a fumar



La mayor parte de las personas que han fumado con el 47%, han sido enseñadas por amigos, seguido por el 39% que no contestó es debido a que nunca ha fumado, el 11% por otros y el 3% fue enseñado por primos.

Total de cigarrillos fumados por ocasión

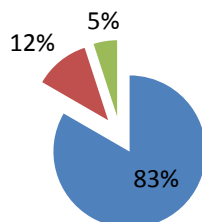
- a) 1-3 cigarrillos
- b) 4-7 cigarrillos
- c) 8-11 cigarrillos
- d) 12-15 cigarrillos
- e) Más de 15 cigarrillos
- No contestó



Con esta gráfica podemos ver que el 50% fuma o fumaba 1-3 cigarrillos, seguido del 38% que no contestó, después, tenemos que el 7% con 4-7 cigarrillos, más adelante tenemos al 4% con 8-11 cigarrillos y finalmente el 1% fuma o fumaba de 12 a 15 por ocasión.

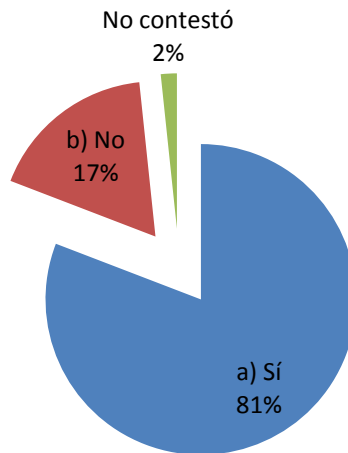
Conocimiento de repercusiones ocasionadas por el consumo de tabaco

- Sí (¿Cuáles?)
- No
- No contestó



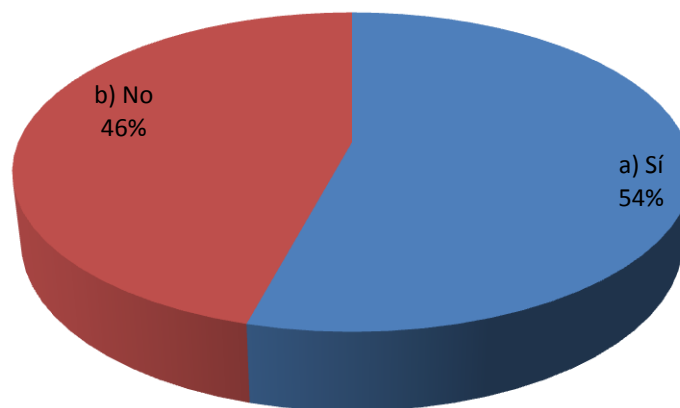
El 83% aseguró conocer las enfermedades que se originan tras consumir tabaco, el 12% señaló que desconoce las repercusiones que provoca el tabaco, en tanto que el 5% no contestó.

Total de personas que han consumido bebidas alcohólicas



El alcohol al ser una sustancia con mayor aceptación social, es más consumido que el tabaco, así el 81% ha consumido bebidas embriagantes, el 17% no ha consumido, en tanto que el 2% no respondió a la pregunta.

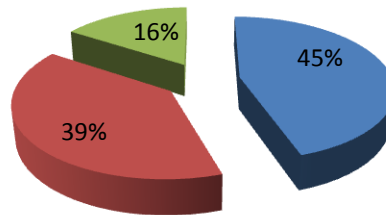
Personas que siguen consumiendo bebidas con alcohol



El 54% de los encuestados sigue bebiendo mientras que el 46% ya no lo hace.

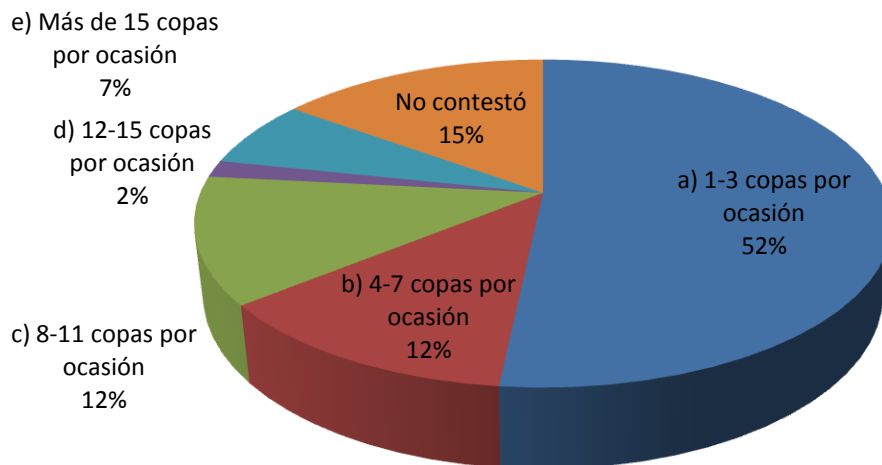
Evento en el cual se bebió la primera copa

■ a) Fiesta con amigos ■ b) Fiesta con familiares ■ No contestó



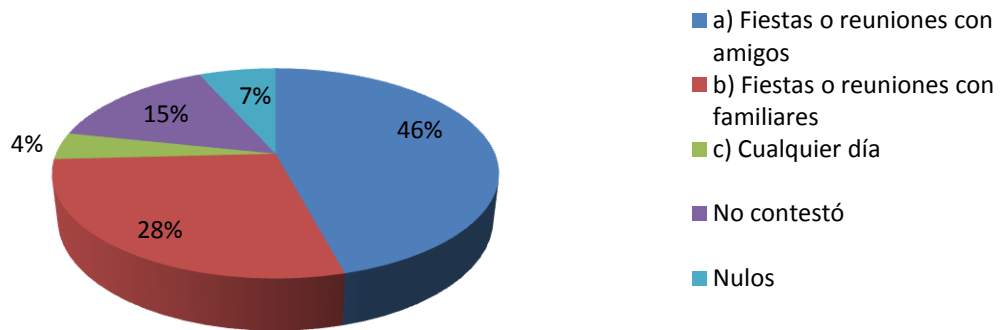
Al indagar en el evento en el que se consumió alcohol, nuevamente es en el círculo amistoso en el que se accede a la sustancia con mayor frecuencia con el 45% aunque también podemos ver que a diferencia del cigarro, el alcohol se consume por primera vez en la familia con el 39% y el 16 % no contestó.

Relacion de copas bebidas por ocasión



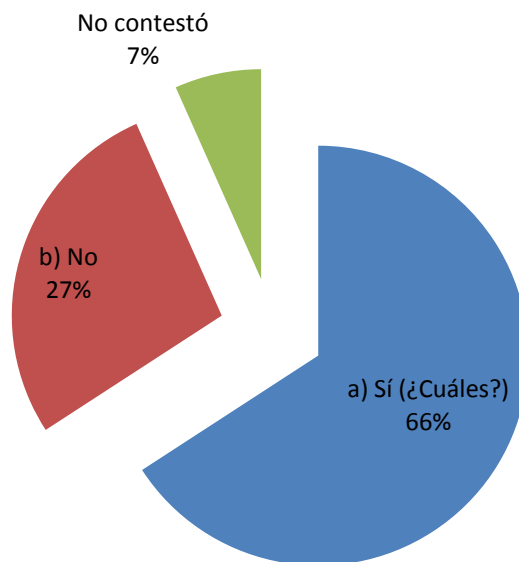
El 52% bebe o bebía de 1-3 copas, 15% no contestó, de 4-7 y 8-11 copas tienen el 12% cada una, en tanto que el 7% llega a más de 15 y el 2% va de las 12-15 copas .

Tipo de eventos en los que consume o consumía alcohol



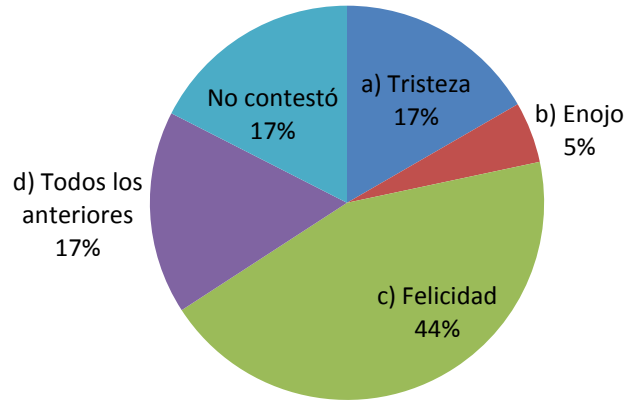
Las fiestas con amigos con el 46% son idóneas para beber, el 28% bebe con familiares, el 15% no contestó, el 7% fueron anuladas y el 4% lo hace cualquier día.

Conocimiento de enfermedades que produce el consumo de bebidas con alcohol



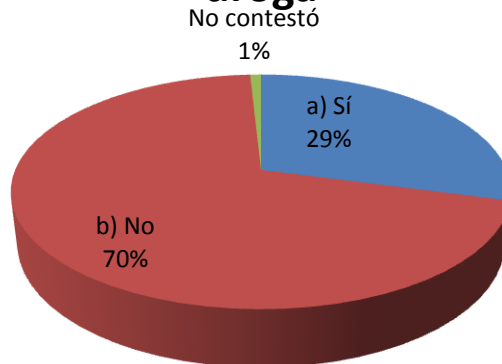
Al preguntar si conocen las enfermedades que produce el consumo de alcohol el 66% contestó que sí, el 27% señaló que las desconoce y el 7% no respondió.

Tipo de emociones que le llevan a consumir bebidas alcohólicas



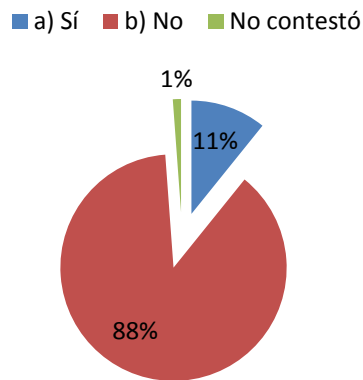
Respecto a las emociones que les llevan a consumir alcohol encontramos que la felicidad, con el 44% es la situación emocional más común por la cual la gente bebe, seguida de la tristeza con 17% y el enojo con 5%. Podemos ver también que el 17% bebe en cualquiera de las emociones mencionadas, cabe mencionar que 17% no contestó.

Total de personas que han probado alguna droga



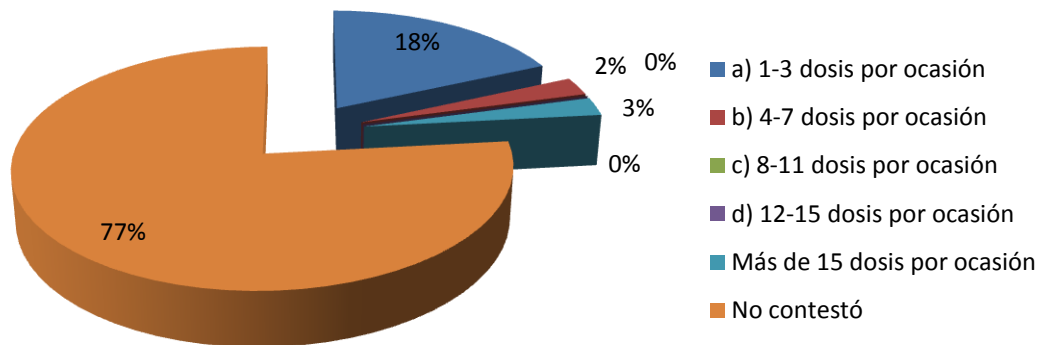
El 70% declaró nunca haber consumido alguna droga, mientras que el 29% lo ha hecho por lo menos una vez y el 1% no contestó.

Relación del consumo actual de drogas ilegales



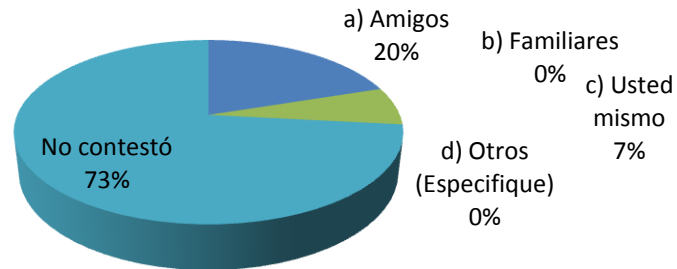
El 11% sigue consumiendo drogas ilegales mientras que el 88% no lo hace, el 1% no contestó.

Relación de dosis consumidas por ocasión



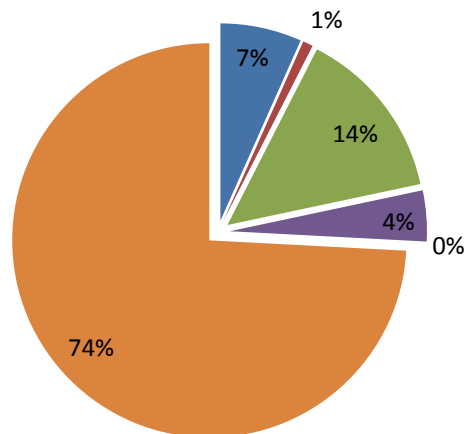
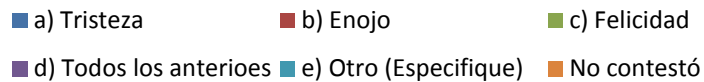
Con respecto a las dosis consumidas, el 18% consume o consumía de 1-3 dosis, el 3%, consume más de 15 dosis por ocasión, seguido por el 2% con consumo de 4-7 dosis y el 77% no contestó.

Persona que le ofreció la primera dosis de droga



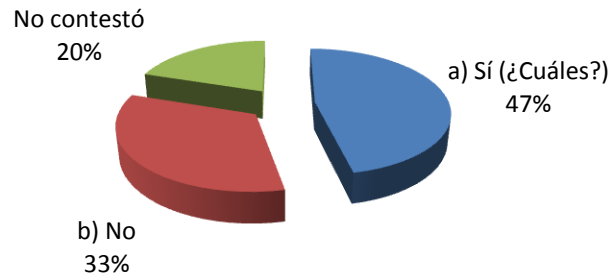
El círculo amistoso es el que incita el consumo, ya que el 20% dice que recibió la primera dosis por parte de los amigos, el 7% lo hizo solo y el 73% no contestó.

Emociones por las que consume drogas ilegales



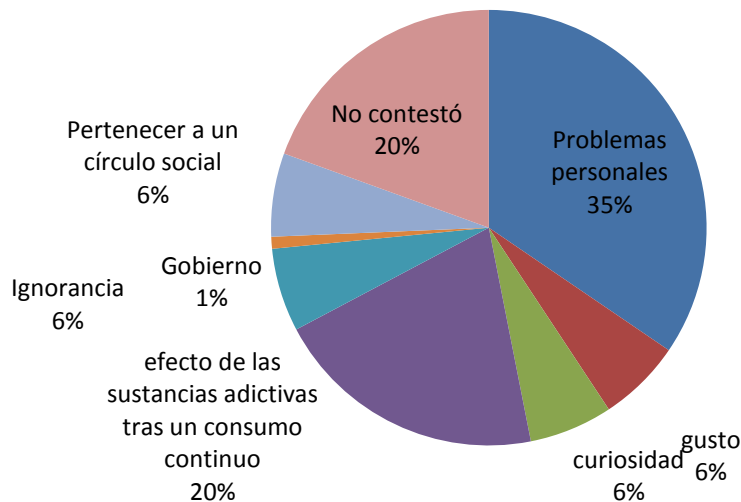
Con relación a las emociones que detonan el consumo de drogas encontramos que el 14% dijo consumir drogas por felicidad, seguido del 7% que lo hace por tristeza, el 1% por enojo y el 4% lo hace en todas las situaciones propuestas. El 74% no contestó.

Conocimiento de afectaciones que trae el consumo de drogas ilegales



El conocimiento de las repercusiones del consumo de drogas ilegales es menos conocido, ya que sólo el 47% dice saber que ocasiona mientras que el 33% se divide entre gente que no sabe y el 20% no contestó.

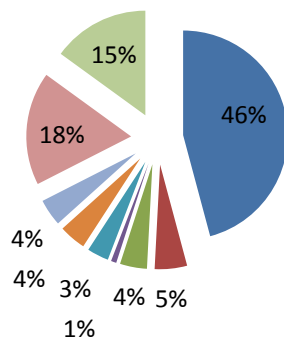
Creencia del por qué la gente se vuelve adicta a alguna sustancia



Al indagar las razones por las que una persona es adicta, encontramos a los problemas personales con el 35%, seguida del 20% respectivamente de las sustancias adictivas que contienen las drogas y los que no contestaron, con el 6% cada uno, encontramos la ignorancia, curiosidad, gusto y por pertenencia y el 1% hace responsable al gobierno de las adicciones.

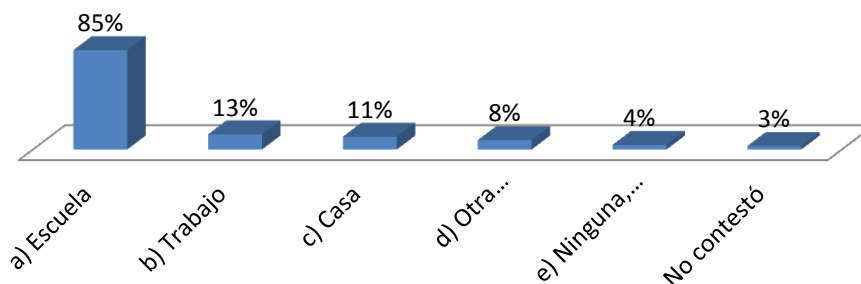
Propuestas para la prevención de adicciones

- Pláticas de información y orientación emocional
- Comunicación en familia
- Nada
- Sanciones a consumidores y vendedores
- Legalización
- Cambio de amistades



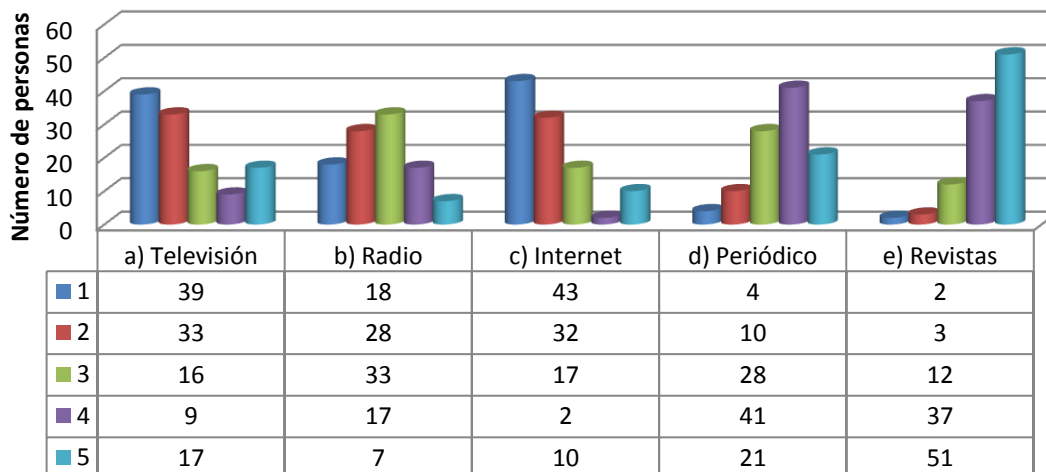
Para la prevención, se encontraron las siguientes propuestas, las pláticas con el 46%, seguidas de las actividades culturales como deportivas y artísticas con el 18%, el 15% no contestó, el 5% dijo que se mejore la comunicación con la familia, la abstinencia, cambio de amistades y nada, tienen el 4% respectivamente, la legalización el 3% y el 1% considera que la solución es sancionar a consumidores y vendedores.

Relación de los lugares en los que ha recibido información preventiva



Con relación a los lugares en los que han recibido información preventiva, está la escuela con el 85%, al trabajo con el 13%, la casa con el 11%, el 8% en otro lugar, mientras que el 4% no ha recibido información y el 3% no contestó.

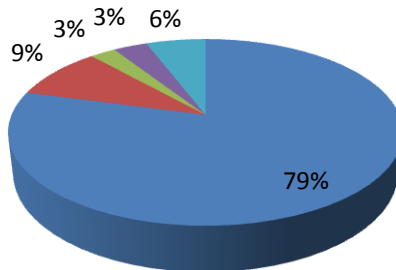
Relación de consumo mediático



La gráfica nos presenta los medios que la gente utiliza más son la T.V. con 39 personas y el internet con 43 y los menos usados con el periódico con 4 personas y las revistas con 2 que los marcan como primera opción.

Total de horas expuestas al televisor

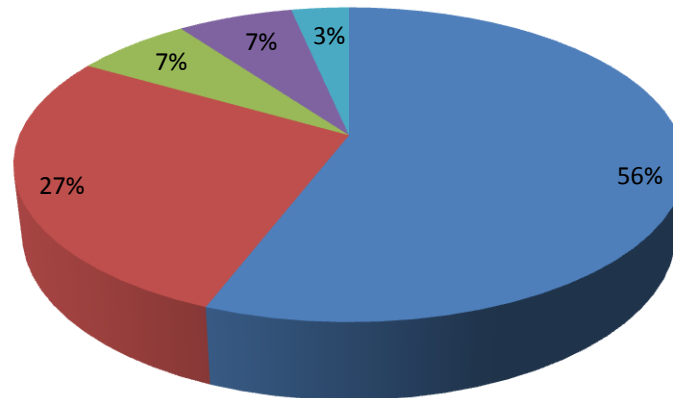
■ a) 1-3 ■ b) 4-7 ■ c) 8-11 ■ d) Más de 11 ■ No contestó



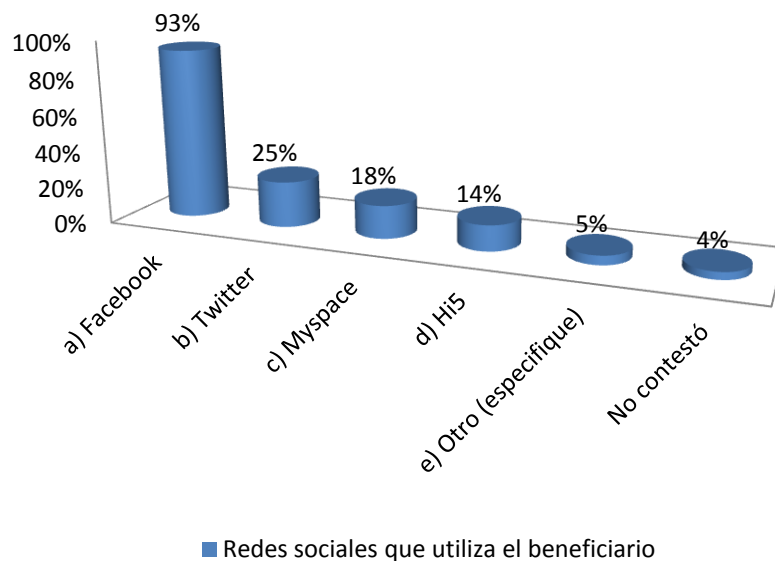
La televisión es vista de 1-3 horas por el 79%, mientras que el 9% la ve de 4-7 horas, seguido del 6% que no contestó y con el 3% respectivamente encontramos de 8-11 y más de 11 horas.

Relación de horas diarias dentro del internet

■ a) 1-3 ■ b) 4-7 ■ c) 8-11 ■ d) Más de 11 ■ No contestó

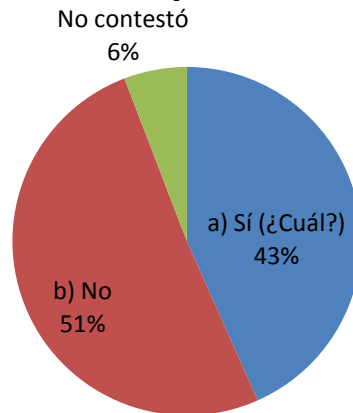


Respecto al número de horas dedicadas al internet, se encontró que el 56% pasa de 1-3 horas, seguido del 27% que pasa de 4-7, con el 7% respectivamente, encontramos de 8-11 y más de 11 horas y finalmente, el 3% no contestó.



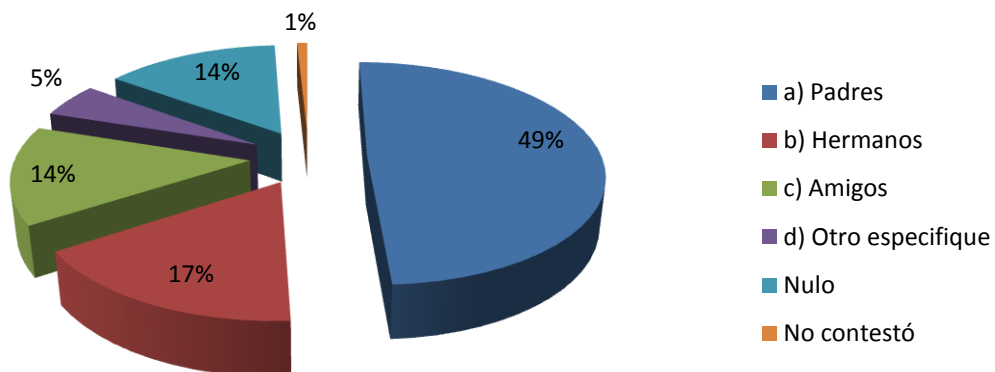
Al indagar en las qué redes sociales son las que se usan, encontramos que el 93% tiene cuenta de Facebook, 25% usa Twitter, seguido del 18% que usa Myspace, el 14% declaró usar Hi5, mientras que el 5% mencionó otras redes y el 4% no respondió.

Total de personas que leen el periódico



El 43% es el que usa este medio siendo La Jornada el más mencionado, seguido de El Universal, después el metro y la prensa lo siguen con 5 menciones, los demás periódicos tienen menos de 5 menciones, mientras que el 51% no lee el periódico y el 6% no contestó.

Relación de personas con las que se prefiere hablar de problemas



La familia es el sector social con el cual se prefiere hablar de problemas, vemos que los padres tienen el 49%, seguido de los hermanos con el 17%, los amigos y los anulados tienen el 14% respectivamente, 5% contestó otro y el 1% no contestó.

Interpretación de los resultados

Con base en los datos obtenidos tras hacer el vaciado de información arrojada del cuestionario podemos hacer la descripción del problema, deteniéndonos en cada reactivo para tener un mejor diagnóstico.

Las personas que participaron en la aplicación del cuestionario fueron el 53% mujeres, mientras que el 47% hombres, casi tres cuartos de la muestra es menor de 17 años.

El 84% se dedica a estudiar lo que nos dice que uno de los lugares estratégicos para la aplicación de tácticas debe ser la escuela, en este punto podemos resaltar que el 71% está en el bachillerato, el 85% vive con sus padres y el 70% depende económicamente de ellos, lo que nos dice que debemos también orientar a los padres, pues serán beneficiarios secundarios.

El 88% no tiene hijos, el 87% tiene hermanos lo que nos dice que las tácticas pueden ser orientadas a la familia y así abarcar a más gente.

El transporte público es mayormente usado (80%) siendo así lugares como paraderos de microbús o dovelas y paneles del metro estratégicos para la exposición de las tácticas.

Los aparatos electrónicos con los que la mayoría cuenta son la televisión y la computadora, pero cabe mencionar que todos sobrepasan el 50%.

La convivencia con los amigos es la prioridad en el tiempo libre, aunado a ello está que la mayoría también ha probado las drogas legales e ilegales siendo éstas ofrecidas por alguna amistad y mayormente consumidas en fiestas con amigos; esto nos refuerza el hecho de que se debe atacar espacios escolares ya que es un lugar importante para la búsqueda e inicio de los círculos amistosos.

Respecto al tema del consumo de sustancias, el 60% ha probado el cigarro y el 37% sigue consumiéndolo y el 50% fuma de 1 a 3 cigarrillos por ocasión; en el alcohol, el 81% lo ha probado y el 54% sigue consumiendo bebidas alcohólicas, el

52% bebe de una a tres copas por ocasión, pero podemos ver que otra parte considerable de la población va desde las 4 hasta más de 15 copas; el 29% dice haber probado alguna droga ilegal en su vida y el 11% sigue consumiéndola de 1 a 3 dosis por ocasión.

Si hablamos acerca de la información referente a las repercusiones que tiene el consumo de cualquier sustancia, la mayoría dice conocer que tiene resultados negativos pero un gran porcentaje solo menciona enfermedades como el cáncer y enfisema pulmonar en el cigarro, la cirrosis en el caso del alcohol y problemas mentales lo que vuelve a reafirmar que el problema de la información que puede ser proporcionada en escuela y la familia es vital ya que es muy básica.

La razón que se tiene principalmente, para que alguien se vuelva adicto es por problemas emocionales, esto concuerda con que sustancias como el alcohol o las drogas ilegales son consumidas en casi cualquier situación emocional como lo son las euforias, tristezas o enojos.

La mayoría de los encuestados cree que la solución para disminuir las adicciones es hacer pláticas o reuniones de información y orientación emocional. Los medios por los cuales la gente se informa con mayor frecuencia es: la Televisión y el Internet, en estos medios señalan que pasan hasta tres horas diarias pero hay casos en los que se llega a exponer hasta 10 horas.

Con respecto al uso de internet, la página con la que la mayoría se identifica, y usa más, es el Facebook, 93% tiene cuenta activa, el 43% dice leer periódico (el más consultado es La Jornada).

Cuando se preguntó que con quién se prefería hablar acerca de los problemas, se dijo, en su mayoría, que con los padres, esto nos dice que el tomar en cuenta a los padres como beneficiarios secundarios es vital y se debe aplicar alguna táctica en la cual se les dé información y orientación para ayudar a sus hijos.

Capítulo 3 Plan estratégico de comunicación

Enunciación y justificación de las estrategias utilizadas.

Este plan está construido por una estrategia informativa que pretende empapar al beneficiario de los datos pertinentes con respecto a las consecuencias del consumo de sustancias legales e ilegales y por una interpersonal que está compuesta por tácticas que no solamente pretenden informar al joven acerca de las adicciones y sus consecuencias, sino de hacerlo partícipe dentro de las actividades que a continuación se enuncian, esto con el fin de hacerlo sentir perteneciente y protagonista dentro del proyecto, y a su vez que interiorice los datos de una manera más gentil y didáctica.

El hacer tácticas de esta manera es debido a que en los resultados arrojados por el cuestionario aplicado, los jóvenes proponen el generar espacios en los cuales se dé información ya que se cree que es por falta de esta que se cae en una adicción, y vemos que la información que ellos tienen es limitada, regresando al sentido de pertenencia que mencioné antes, vemos tanto en el diagnóstico a partir de la investigación documental como en el de la metodología cuantitativa, que en el círculo amistoso se da el primer paso hacia el consumo constante de sustancias y el hacer grupos en donde se invite a los jóvenes a realizar actividades recreativas es una buena forma de hacer nuevos lazos de amistad y de elevar el autoestima del joven, esto lo menciono porque al pertenecer a un círculo social y ver resultados tangibles de las actividades propuestas, es una forma de mostrar e incrementar habilidades que a su vez harán sentir satisfecho al público que mencionó que necesita de apoyo emocional ya que la muestra a la que se le aplicó el cuestionario cree que es por no saber manejar las emociones que se prueba y después se enrola la juventud en una adicción.

Objetivos tácitos y metas a corto, mediano y largo plazo.

- Crear espacios que sirvan para informar a la juventud acerca de las repercusiones que traen las adicciones.
- Informar a padres de familia acerca del problema de las adicciones
- Usar medios de comunicación como redes sociales, espacios publicitarios dentro del transporte colectivo, televisión, etc. para informar acerca de las actividades a realizar.
- Crear centros recreativos en los cuales se lleven a cabo actividades artísticas, deportivas y culturales que funcionen como una alternativa para la convivencia entre jóvenes.
- Dar orientación emocional a jóvenes.
- Fomentar la comunicación entre padres e hijos.

Descripción de los participantes y de la Demarcación

Los participantes dentro del plan son en primera instancia los jóvenes, a ellos se les realizó la encuesta debido a que es la edad cuando se comienza el consumo de drogas legales e ilegales, reafirmando la hipótesis, es una buena edad para prevenir.

Dentro del plan, surgen beneficiarios secundarios, una parte de ellos es la familia y principalmente los padres o tutores, quienes también son involucrados en las dinámicas a realizar con el hecho de que son aquellos con quien la juventud prefiere hablar acerca de sus problemas con ellos.

Con respecto a las instituciones involucradas, se incluye a la Delegación Venustiano Carranza debido a que las actividades están planteadas en espacios tales como casas de cultura, plazas públicas, centros sociales y escuelas, esto fortalece el vínculo entre los beneficiarios y su Delegación.

Los medios de comunicación por los cuales se informará acerca de dónde y cuándo se realizarán las tácticas también son una parte importante dentro del plan, a través del diagnóstico vimos que la juventud está estrechamente relacionada con medios como lo son las redes sociales o la televisión, cabe mencionar que al usar transporte público como el metro, los medios publicitarios que ahí se exponen son recursos que se deben tomar en cuenta.

La Delegación Venustiano Carranza cuenta con 430,978 habitantes en su totalidad de los cuales, el 24.6% o 106,000 personas aproximadamente, están dentro del rango de los beneficiarios para quienes está dirigido el plan, estos jóvenes están ubicados dentro de las 70 colonias en los 33.24 km²abarca la demarcación.

El público al cual está dirigido este plan, se caracteriza por estar dentro de un nivel socioeconómico C-, en el que vemos que más del 50% cuenta con propiedades tales como la televisión, teléfono celular o computadora, podemos ver que la mayoría vive y depende económicamente de sus padres debido a que sólo se dedican a estudiar, el nivel bachillerato en su mayoría, el transporte más usado es el metro.

Con respecto a las costumbres que tiene la juventud de Venustiano Carranza, vemos que la mayoría prefiere salir con amigos, ocasiones en la cuales la mayoría consume o consumió alguna sustancia, pero cabe mencionar que también realizan actividades como el deporte o la lectura. Con respecto a su consumo mediático, los medios más utilizados son la televisión y el internet, en ambos, primordialmente se expone en un rango de 1-3 horas diarias, el internet es un medio de comunicación muy usado y el cuestionario nos arrojó que más del 90% usa Facebook al tener una cuenta activa

Estrategia 1 "Vívela limpio"

Táctica 1: Trípticos Informativos

Consiste en la creación y difusión de información de manera impresa, en la cual, se le entregarán al joven en su escuela, una serie de trípticos en los cuales se tratarán los temas pertinentes para comenzar a hacer conciencia en los jóvenes de que las adicciones no son cuestión de moda o de edad sino que son enfermedades y que causan efectos fuertes en la salud física y mental de quien las consume.

La serie consta de tres trípticos, uno referente al alcohol, otro al cigarro y finalmente, uno que abarcará las drogas ilegales como la marihuana, inhalables, cocaína, heroína, etc. la información se dará por medio de métodos didácticos como lo son la sopa de letras, pequeños cómics, crucigramas, etc.

Justificación

Me parece que es una buena manera de tener un primer acercamiento con el joven y que por medio de las herramientas didácticas que se usan en los trípticos, el joven adquiera la información de manera más amable que sólo con textos. El hacer trípticos por separado nos permite que la información sea mayor y quede en el usuario con mayor claridad.

Recursos Humanos

Contratación de publicista que pueda generar una imagen atractiva a los trípticos que contarán con la información que se le proporcione para cada uno.

Medios de Difusión

Se repartirán los trípticos en las escuelas secundarias y de nivel medio superior de la demarcación.

Táctica 2: Publicidad para paneles del metro "Tú decides de qué lado estar"

Con el fin de masificar la información, esta táctica que se colocará en la estación más concurrida de la demarcación, Pantitlán, se elige esta estación porque tiene contacto con diferentes líneas como lo son la 9, 5,1 y A. La publicidad planteada, por medio de imágenes informará de los daños comunes que causa el consumo excesivo de sustancias en el cuerpo.

Justificación

Es pertinente el utilizar la publicidad porque es una manera por la cual se llega a mayor población, se usa en este caso el metro, porque es el medio de transporte más usado por la juventud encuestada. Esta táctica responde la necesidad de información que aunque es la que ya conoce, es importante que reafirme su saber en cuanto a los daños que hay si se consumen sustancias en exceso.

Medios de Difusión

Paneles de las estaciones del metro antes mencionadas

Recursos Humanos

Publicista o comunicólogo para darle un diseño atractivo a la publicidad.



Táctica 3: Spot para redes sociales

El video tiene la función de mostrar al joven lo importante de prevenir una adicción al hacerle conciencia de que puede evitarse enfermedades físicas, problemas emocionales, dificultades sociales que lo podrían llevar a consecuencias fuertes como son sobredosis, hospitalización o la muerte.

Justificación

Es importante hacer uso de la herramienta audiovisual por el hecho de que es atractiva al usuario, opto por las redes sociales y en particular facebook, por ser la más utilizada, teniendo un elevado porcentaje de usuarios encuestados con una cuenta activa en la cual pasan varias horas al día.

Recursos Humanos

Contratación de comunicólogo o publicista que le pueda dar el contenido atractivo al spot.

Productora de video para la filmación y postproducción del spot.

Actores para la producción

Medios de Difusión

Páginas de Internet como Facebook y Youtube

Guión Técnico: Spot para redes sociales "Vívela limpio"

Realización: Gilberto Emanuel Sánchez Gómez

Guión: Gilberto Emanuel Sánchez Gómez

Camarógrafo: XXXXXX

Duración: 40 Segundos

Locución: XXXXXXXX

Video	Audio	Tiempo
LS jóvenes en una fiesta bailando	<u>Op: Música electrónica, PP</u> <u>5 SEG. Baja a SP</u>	5 Seg.
MS Joven bailando y sonriendo OSS Joven fumando y bebiendo una cerveza mirando hacia donde los demás bailan, da un trago y termina su cerveza y después de un rato se acerca a los demás OSS Joven bailando y se ve como el que fuma se acerca en el SP	Loc.: Todo puede comenzar como algo divertido...	15 Seg.
CU Mano del joven fumador entrando a su bolsa y saca un paquete de cigarrillos	Loc.: Podría parecer un gesto amistoso	
MS Ambos jóvenes, el fumador le invita un cigarro y un trago de al que bailaba Disolvencia de la última imagen con...		20 Seg.

Táctica 4: Testimoniales "Yo ya pasé por ahí"

Buscando el entrar en contacto con los beneficiarios del plan, se presenta esta táctica que consiste en visitar escuelas donde existan personas en el rango de edad, para que otros jóvenes que hoy en día están dentro de un grupo de recuperación den pláticas a los estudiantes acerca de sus vidas, esto tiene el fin de hacer saber a los beneficiarios que hay consecuencias en las vidas de las personas que caen en adicciones y a su vez, vean de cerca el peligro que hay al estar involucrado en el consumo de sustancias y finalmente se muestre que hay salida y que la vida se puede disfrutar si consumir drogas legales o ilegales.

Justificación

Esta táctica permite tener contacto cara a cara con los jóvenes a los que está dirigido este plan, siendo la falta de información acerca de las consecuencias que provocan las adicciones, uno de los factores primordiales que encontramos dentro de nuestro diagnóstico, me parece pertinente que alguien que ya pasó por una adicción, le cuente lo que tuvo que vivir y como vive al día de hoy que ya dejó de consumir drogas. Se elijen jóvenes en recuperación para que los beneficiarios se sientan más cercanos a ellos y en mayor confianza.

Medios de difusión

Al ser una campaña dentro de escuelas, el medio principal serán los profesores a cargo de los diferentes grupos.

Recursos Humanos

Grupo de jóvenes que den la plática dentro de las escuelas.

Estrategia 2 "Caravana anti adicciones en el Centro Cultural Carranza"

Táctica 1: Talleres Artísticos "Alivian-arte"

Dentro de esta táctica incorporaremos varias actividades con el fin de que el joven aprenda algo nuevo y recreativo, los talleres que se impartirán son: Cómic, cortometraje y fotografía. En el lapso de una semana, se capacitará al joven de manera breve dentro de los pequeños cursos para que pueda aprender los temas básicos de las diferentes disciplinas así como información acerca de los riesgos del consumo de las drogas para que estén informados con clases de 3 horas diarias.

Justificación

La táctica sirve como acercamiento con el público, se ofrece esta actividad, reiterando con el hecho de que al final de ella, haya un resultado tangible que haga sentir satisfecho al usuario mientras que aprende y se apropia de la información.

Recursos Humanos

Profesor para cada una de las actividades y especialista para hablar con los jóvenes acerca de tema de las adicciones.

Medios de Difusión

Carteles cerca de las escuelas, página delegacional y redes sociales.



**CENTRO
CULTURAL
CARRANZA**
Cine, Arte y Cultura



2012 • 2015

CARRANZA
Un Gobierno Cercano a la Gente

La Delegación Venustiano Carranza te invita a:

**16:00
hrs.**

**Talleres Gratuitos
de:**

Alivian-arte

**Cómic y
Caricatura**

Cortometraje

Fotografía

**Del 18 al 22 de Noviembre
en el
Centro Cultural Carranza**

Táctica 2: Concurso de compositores

En esta táctica, se pretende convocar a jóvenes talentos de la Delegación con el fin de que compongan la música y la letra de una canción, el tema de ésta es la prevención de adicciones por lo que en la convocatoria, se le hará llegar al participante información acerca de los daños que pueden causar las drogas por medio de los trípticos que contienen información de las diferentes sustancias. Se motivará al joven a hacer y subir su canción por medio de páginas como youtube o facebook y nos mande el link de su video o canción, haciendo hincapié en que no importa la calidad y le haremos saber que el ganador tendrá una guitarra como premio así como la grabación de su canción para que sea el tema de la campaña.

Justificación

Esta táctica me parece pertinente porque es una manera en la cual se convoca al joven a realizar una actividad alternativa y que como la anterior, también nos da un resultado de primera mano como lo es su canción, aunado con esto, también se le ofrecerá un premio como una motivación para su participación. Esta dinámica también sirve de información ya que se le darán trípticos con información importante, por lo tanto, ayuda al joven a tener actividad artística y a la vez a informarse.

Medios de Difusión

Se informará a la población acerca de este concurso por medio de carteles dentro de las colonias y cerca de las escuelas, en página delegacional y redes sociales.

Recursos Humanos

Administrador de correo electrónico para que reciba los links.



CENTRO
CULTURAL
CARRANZA
Cine, Arte y Cultura



2012 • 2015
CARRANZA
Un Gobierno Cercano a la Gente

**La Delegación Venustiano Carranza te invita a
participar en el:**

Concurso de Compositores

¡Gánate una guitarra!!

**Envíanos tu rola a
centrocultural@vcarranza.df.gob.mx**

**Consulta las bases en
www.vcarranza.df.gob.mx**

Táctica 3: Compartamos vivencias

Este proyecto está encaminado a que los jóvenes comiencen a formar nuevas amistades con otras personas de su rango de edad y que estén dentro de una dinámica preventiva, como lo son los grupos Alateen. La formación de la amistad será propiciada por un vínculo de confianza generado a partir de que los jóvenes platicuen entre sí y compartan sus experiencias referidas a su diario vivir, dificultades que tienen en los diferentes ámbitos en los que se desarrollan, como lo son la escuela, casa o trabajo y así lograr desahogo de lo que pasan emocionalmente y que no lo busquen hacer estando bajo el efecto de alguna sustancia como fue mencionado al preguntar en qué situaciones emocionales preferían consumirlas.

Justificación

Plantear esta táctica es debido a que dentro del diagnóstico, se arrojó que otras de las causas de las adicciones es por las malas amistades, pertenecer a círculos sociales y por falta de orientación emocional al no tener con quién platicar, el hacer uso de una herramienta como estas, atiende a las tres necesidades y permite al usuario el vincularse con personas que tienen intereses en común para generar nuevas relaciones personales.

Medios de Difusión

Se informará por medio de carteles dentro de las colonias y cerca de las escuelas, en página delegacional y redes sociales

Recursos Humanos

Grupo de jóvenes que pertenezcan a una dinámica de prevención y/o recuperación.



CENTRO
CULTURAL
CARRANZA
Cine, Arte y Cultura



2012 • 2015
CARRANZA
Un Gobierno Cercano a la Gente

**La Delegación Venustiano Carranza te invita a
participar en :**

**Compartamos
Vivencias**

¡Charlas con chavos como tú!

**16:00
hrs.**

20 de Noviembre

¡Invita a tus amigos!

Táctica 4: Lazos estrechos

Se pretende implementar esta dinámica que involucra a los usuarios con su círculo social primario y que a su vez son tanto las personas con las que prefieren hablar de sus problemas como los beneficiarios secundarios de este plan, me refiero a que en esta táctica habrá interacción con sus padres por medio de un taller en el cual se informará a ambos beneficiarios de las causas y consecuencias del problemas de las adicciones. Se pretende que a partir de tener la información, en familia se generen estrategias de convivencia diferentes y que lleven a tener un lazo más estrecho entre padres e hijos.

Justificación

Recurrir a esta táctica es debido a que los padres son las personas con las que la mayoría vive, depende económicamente y prefiere hablar acerca de sus problemas. Me parece importante el involucrar a los padres porque así se puede crear un vínculo de confianza con sus hijos y que puede evitar que los jóvenes se involucren con adicciones al no tener comunicación con sus padres.

Medios de Difusión

Se informará por medio de carteles dentro de las colonias y cerca de las escuelas, en página delegacional y redes sociales

Recursos Humanos Psicólogo especialista en relaciones familiares que haga la función de moderador de las actividades que realizarán padres e hijos.



CENTRO
CULTURAL
CARRANZA
Cine, Arte y Cultura



2012 • 2015
CARRANZA
Un Gobierno Cercano a la Gente

La Delegación Venustiano Carranza te invita a:

Lazos Estrechos

Taller para padres e hijos

21 de Noviembre

**16:00
hrs.**

**Caravana de Prevención de
Adicciones**

Táctica 5: Función de Teatro

Con esta táctica se busca la sensibilización del público beneficiario por medio de mostrar la obra de teatro llamada “La Sombra”, esta puesta en escena es de la organización ACTE y trata acerca de la teoría de Carl Jung, psicólogo, médico y psiquiatra suizo, durante la obra, podemos ver la historia de un joven llamado Cruz que es atacado constantemente por “La sombra”, que es la parte oscura que todos tenemos y que según la teoría de Jung, es necesario conocer para poder controlarla, los ataques antes mencionados salen cuando el joven se droga.

Justificación

Durante el diagnóstico se arrojó la información de que los jóvenes pueden prevenir adicciones al tener actividades culturales, el teatro es una de ellas y en este caso, se muestra una obra que toca el tema de las adicciones y nos da un indicador de cómo evitarlas por medio de ir conociendo a “La sombra”. La obra puede sensibilizar al público porque se tratan situaciones difíciles que pasa un adicto en sus diferentes entornos.

ACTE es una organización artística que nació en 2007 bajo la dirección de Yoyseth García, desde su fundación, se ha vinculado con instituciones como la Secretaría de Cultura, diferentes delegaciones del Distrito Federal, INJUVE, La Universidad Autónoma de la Ciudad de México, entre otras. Se elige a ACTE por su experiencia en escena, tratando con temas de la índole del presente plan, además de la claridad y el cuidado con el que se manejan las problemáticas expuestas en la obra.

Medios de Difusión

Se informará por medio de carteles dentro de las colonias y cerca de las escuelas, en página delegacional y redes sociales

Recursos Humanos

Organización ACTE



CENTRO
CULTURAL
CARRANZA
Cine. Arte y Cultura



2012 • 2015
CARRANZA
Un Gobierno Cercano a la Gente

**La Delegación Venustiano Carranza te invita a
la función de teatro con la obra:**

La Sombra

**24 de
Agosto**

**16:00
hrs.**



Cronograma de implementación y presupuesto

Implementación Plan Estratégico de Comunicación Estrategia 1 "Vívela Limpio"							
Tácticas	Recurso Económico	Recurso Material	Recurso Humano	Tiempo de Inicio	Tiempo de Conclusión	Tiempo Estimado	Ejecución
Táctica 1: Trípticos	\$ 3,600 de la impresión \$ 3,000 del diseño de trípticos	5000 trípticos impresos	Comunicólogo o publicista	Noviembre	Diciembre	1 mes	Juego de Trípticos informativos
Táctica 2: Publicidad para paneles del metro	\$ 25, 212.60 de impresión y exposición durante un mes \$ 3,000 del diseño de trípticos	-----	Comunicólogo o publicista	Noviembre	Diciembre	1 mes	Publicidad para paneles del metro
Táctica 3: Spot para redes sociales	\$ 15,000 de producción del spot	Estudio equipado para producción del spot	Comunicólogo o publicista Actores	Noviembre	Diciembre	1 mes	Spot publicitario
Táctica 4: Visita a escuelas	-----	-----	Grupo de Jóvenes en recuperación	Noviembre	Diciembre	1 mes	Reuniones de alumnos con

Diagrama de implementación tomado de: "Comunicometodología" de Diana Cardona y Norma Macías (2007).

Presupuesto de la estrategia: \$49,812.60

<p align="center">Implementación Plan Estratégico de Comunicación Estrategia 2 "Caravana anti adicciones en el Centro Cultural Carranza"</p>							
Tácticas	Recurso Económico	Recurso Material	Recurso Humano	Tiempo de Inicio	Tiempo de Conclusión	Tiempo Estimado	Ejecución
Táctica 1: Talleres Artísticos Alivan-arte	\$ 3,000 para el pago de los profesores	3 espacios para impartir las clases	Un profesor para cada taller	18 de noviembre	22 de noviembre	Una Semana	Productos finales de cada taller
Táctica 2: Concurso de Compositores	\$ 1,000 para personas que recibe archivos \$ 2,000 de la guitarra	Computadora para recibir archivos	Persona para recibir archivos	18 de noviembre	22 de noviembre	Una Semana	Canción que promocióne la campaña
Táctica 3: Compartamos Vivencias	_____	Espacio para la reunión	Grupo de jóvenes en recuperación	20 de noviembre	20 de noviembre	Un día	Grupo de interacción entre jóvenes
Táctica 4: Lazos Estrechos	\$ 500 para el psicólogo	Espacio para la reunión	Tallerista	21 de noviembre	21 de noviembre	Un día	Grupo de interacción de padres e hijos
Táctica 5: Función de Teatro	_____	Espacio para la presentación	Grupo teatral ACTE	22 de noviembre	22 de noviembre	Un día	Obra de teatro para los jóvenes

Diagrama de implementación tomado de: "Comunicometodología" de Diana Cardona y Norma Macías (2007).

Presupuesto de la estrategia: \$3,500 + \$1000 de impresión de publicidad = **\$4,500**

Instrumento de evaluación del plan

Sexo: M F

Edad: _____

Ocupación: _____

1. ¿Recibiste el juego de trípticos "vívela limpio"?

a) Sí

b) No

2. ¿Cómo calificas la información dentro de los trípticos?

a) Excelente

b) Buena

c) Regular

d) Mala

3. Dentro de la estrategia "Vívela limpio" había información en paneles del metro y en internet, ¿cuál de las dos te pareció más eficaz?

a) Paneles

b) Spot de internet

c) ambos

4. ¿Qué te parecieron las pláticas "yo pasé por ahí"?

a) Excelentes

b) Buenas

c) Regulares

d) Malas

5. ¿Te pudiste identificar con alguno de los expositores de las pláticas?

a) Sí

b) No

6) ¿Sentiste confianza con los expositores de las pláticas?

a) Sí

b) No

7. Hubo una caravana anti adicciones en el Centro Cultural Carranza, ¿asististe a ella?

a) Sí

b) No

8. ¿Qué actividad te llamó más la atención?

a) Talleres artísticos

b) Concurso de compositores

c) Compartamos vivencias

d) Lazos estrechos

e) función de teatro

9. ¿Qué te pareció la participación de los coordinadores de los diferentes talleres?

a) Excelente

b) Buena

c) Regular

d) Mala

10. ¿Pudiste comenzar amistad con los jóvenes de la táctica "compartamos vivencias"?

a) Sí

b) No

11. ¿Tus padres o tutores asistieron a la dinámica "Lazos estrechos"?

a) Sí

b) No

12. ¿Hablas con tus padres o tutores acerca de adicciones?

a) Sí

b) No

13. Menciona tres consecuencias de beber en exceso

14. Menciona tres consecuencias de fumar en exceso

15. Menciona tres consecuencias del consumo excesivo de drogas

Reflexiones finales

Tras haber realizado esta investigación, pude darme cuenta que el problema que abordo es actual y que a pesar de que ha habido muchos esfuerzos por parte de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, el consumo sigue aumentando, llegando a ser causante de problemas de diferentes índoles que afectan la vida personal de una persona y que llegan a niveles sociales de gran tamaño.

Debido a los datos expuestos en el desarrollo del diagnóstico, veo la pertinencia de utilizar a la comunicación como una herramienta que nos permite atacar un fenómeno de tal magnitud; es por medio del Plan elaborado que existe la posibilidad de intervenir en una situación inmediata que se da en cualquier entorno y en este caso, es en la parte oriente de la Ciudad, donde vemos que hay casos concretos de consumo de sustancias y así, llegamos a la finalidad que tiene este trabajo de investigación y esta es el disminuir el consumo así como la adicción por medio de la prevención que se puede dar tras hacer consciente y sensible al joven de lo que acarrea el entrar dentro del uso excesivo de drogas.

Después de haber cursado la Licenciatura en Comunicación y Cultura, veo la importancia de tener una universidad como lo es mi casa de estudios, una escuela que nos prepara científica y humanamente para no soslayar aquellos conflictos que se dan día con día en la Ciudad de México. Al terminar este trabajo recepcional, me queda la experiencia de que la UACM forma especialistas con un alto grado de compromiso social y es así que me gustaría que este trabajo sea una invitación para que otros compañeros de la universidad sigan el camino de la investigación para voltear a ver lo que acontece en nuestro entorno. Al final del día puedo darme cuenta que **NADA HUMANO ME ES AJENO.**

Fuentes de consulta

- Alcoholics Anonymus World Services,(1939) [2011] , “Más acerca del alcoholismo”, en *Alcohólicos Anónimos*, México, Central Mexicana de Servicios Generales de A.A.
- Alvira, F. (2004), “La encuesta como método de investigación social: orígenes y limitaciones, en *La encuesta: una perspectiva general metodológica*, Madrid, CIS.
- Animal Político, (2012), “Defensa de EU estima 150 mil muertes por guerra contra el narco; México desmiente” en <http://www.animalpolitico.com/2012/03/funcionario-estadounidense-asegura-que-son-150-mil-los-muertos-por-la-guerra-contra-el-narco-en-mexico/> (Fecha de Consulta: 18 de abril del 2012)
- Bisquerra, R. (1989), “Clasificación de los métodos de investigación”, en *Métodos de investigación educativa. Guía práctica*. Barcelona, CEAC.
- CONADIC, (2008), “Encuesta Nacional de Adicciones 2008”, [en línea], Secretaría de Salud. Disponible en: http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ena08/ENA08_NACIONAL.pdf (Fecha de consulta: 12 de abril del 2012)
- CONADIC, (2012), “Prevención de las adicciones y promoción de conductas saludables para una nueva vida”, [en línea], Secretaría de Salud. Disponible en : http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/nueva_vida/nv1e_prevenicion.pdf, (Fecha de consulta: 24 de mayo del 2012)
- Dillon, P. (2010), “Aspectos Básicos”, en *Adolescentes, alcohol y drogas*. Barcelona, Ediciones Médici.
- Dávila, O. (2004), “Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes”, en *última década*, [en línea], Número 21, CIDPA. Disponible en <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v12n21/art04.pdf>, (Fecha de consulta: 20 de mayo del 2012)
- Feixa, Carles (2003), “Del reloj de arena al reloj digital”, en *revista de estudios sobre la juventud*, Número 19, Julio-Diciembre del 2003, pp. 6-27
- Kessel, N. y H. Walton (1989), “¿Qué es un alcohólico?”, en *Alcoholismo, Cómo prevenirlo para evitar sus consecuencias*, México, D.F., PAIDOS.
- Macià, D. (1998). *Las drogas: conocer y educar para prevenir*, Madrid, Ediciones Pirámide.

- Manual de diagnóstico y estadístico de trastornos mentales (DSM IV) en <http://www.psygnos.net/biblioteca/DSM/Dsmcafeina.htm> (Fecha de consulta: 28 de mayo del 2012).
- Martín Barbero, Jesús (2008) El cambio en la percepción de los jóvenes. Socialidades, tecnicidades y subjetividades” en Murduchwicz, Rozana (Coord,) Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad, Buenos Aires, Gedisa,.
- Martínez, F. (2012), “Cuauhtémoc lidera delincuencia” en *El Universal* [en línea], Disponible en: <http://www.eluniversaldf.mx/cuauhtemoc/nota51251.html> (fecha de consulta: 18 de febrero del 2013)
- OMS, (2011), "Alcohol", Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/es/>, (Fecha de Consulta: 14 de octubre del 2013)
- OMS, (2011), "Global status report on alcohol and health" Disponible en: http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/msbgsrupr_ofiles.pdf, (Fecha de Consulta: 15 de octubre del 2013)
- OMS, (2006), “Violencia interpersonal y alcohol”, Disponible en: http://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/factsheets/pb_violencealcohol_es.pdf, (Fecha de consulta: 8 de mayo del 2012)
- OMS, (2013), "Tabaco", Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/es/>, (Fecha de consulta: 29 de octubre del 2013)
- UNODC, (2012), " Resumen Ejecutivo" en *Informe mundial sobre las drogas 2012*, Disponible en: http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/WDR2012/Executive_summary_spanish.pdf (fecha de consulta: 15 de octubre del 2013)
- USON (2013). "Muestreo", Disponible en: <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf> (Fecha de consulta: 26 de octubre del 2013)
- Vargas, R. (2011), “Admiten haber consumido drogas, alcohol y tabaco 2 de cada 10 adolescentes del DF” en *La Jornada* [en línea], Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: www.lajornada.unam.mx/2011/03/13/sociedad/033n2soc
- (Fecha de consulta: 20 de abril del 2012)

- Villatoro J. et al.,(2013) "Encuesta de consumo de drogas en estudiantes de la Ciudad de México 2012", Disponible en: http://www.iapa.df.gob.mx/wb/iapad/resultados_principales_estudiantes_2012, (Fechas de consulta: 29 de octubre del 2013)
- Villatoro J. et al., (2009) "Encuesta de estudiantes de la Ciudad de México 2006. Prevalencias y evolución del consumo de drogas", en *Salud Mental*, Número 4, Volumen 32, Julio-Agosto 2009, pp. 287-297

Anexos

Sexo	No. de Personas	Porcentaje
Masculino	57	47%
Femenino	67	53%
Total	120	100%

Edad	No. de Personas	Porcentaje
15	7	6%
16	15	12%
17	33	27%
18	21	18%
19	13	11%
20	8	7%
21	3	3%
22	5	4%
23	5	4%
24	4	3%
25	1	1%
No	5	4%
Total	120	100%

Ocupación	No de Personas	Porcentaje
Estudiante	101	84%
Empleado	4	3%
Comerciante	1	1%
No contestó	14	12%
Total	120	100%

Actualmente vive con	No de Personas	Porcentaje
a) Padres	102	85%
b) Pareja	11	9%
c) Otro (especifique)	7	6%
Total	120	100%

Especificación del caso c) Otros	
Abuelo	1
Tío	1
Amigos	1
Hijos	2
Solos	2
Total	7

¿Económicamente de quién depende?	No de Personas	Porcentaje
a) Padres	84	70%
b) Pareja	7	6%
c) Usted mismo	26	22%
d) Otro	2	1%
No contestó	1	1%
Total	120	100%

¿Tiene Hijos?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí (¿Cuántos?)	15	12%
b) No	105	88%
Total	120	100%

Especificación del caso a) Sí (¿Cuántos?)	
1 hijo	8
2 hijos	4
3 hijos	2
4 hijos	1
Total	8

¿Tiene Hermanos?	No de Personas	Porcentaje
a) Sí (¿Cuántos?)	104	87%
b) No	14	11%
No contestó	2	2%
Total	120	100%

Especificación del caso a) Sí (¿Cuántos?)	
1 hermano	34
2 hermanos	35
3 hermanos	11
4 hermanos	14
5 hermanos	4
6 hermanos	1
7 hermanos	3
8 hermanos	1
9 hermanos	1
Total	104

¿Para trasladarse de un lugar a otro, qué transporte usa con más frecuencia?	No. de Personas	Porcentaje
a) Metro	56	47%
b) Metrobus	0	0%
c) Microbus	49	41%
d) Taxi	4	3%
e) Automóvil propio	0	0%
f) Otro (Especifique)	0	0%
Nulo	9	7%
No contestó	2	2%
Total	120	100%

Último grado de estudios	No de Personas	Porcentaje
a) Primaria	1	1%
b) Secundaria	16	13%
c) Bachillerato	85	71%
d) Carrera Técnica	6	5%
e) Licenciatura	10	8%
No contestó	2	2%
Total	120	100%

¿Qué acostumbra hacer en su tiempo libre?	No. de Personas	Porcentaje
a) Salir con amigos	37	31%
b) Leer	18	15%
c) Practicar algún deporte	18	15%
d) Ver T.V.	14	12%
e) Otro (especifique)	8	7%
Nulo	22	18%
No contestó	3	2%
Total	120	100%

Especificación del caso e) Otro (especifique)	
Dormir	1
Cantar	1
Salir con hijo	1
Salir a fiestas	1
Escuchar música	1
Malabares	1
Trabajar	1
De todo	1
Total	8

¿Alguna vez ha fumado?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí	71	60%
b) No	47	39%
No contestó	2	1%
Total	120	100%

¿Fuma actualmente?	No. de personas	Porcentaje
a) Si	44	37%
b) No	74	62%
No contestó	2	1%
Total	120	100%

¿Quién le enseñó a fumar?	No. de Personas	Porcentaje
a) Padres	0	0%
b) Amigos	56	47%
c) Tíos	0	0%
d) Primos	4	3%
e) Otros (especifique)	13	11%
No contestó	46	39%
Total	120	100%

Especificación del caso e) Otros (especifique)	
Solos	12
abuelo	1
Total	13

¿Cuántos cigarros fuma o fumaba por ocasión?	No. de Personas	Porcentaje
a) 1-3 cigarrillos	60	50%
b) 4-7 cigarrillos	8	7%
c) 8-11 cigarrillos	5	4%
d) 12-15 cigarrillos	1	1%
e) Más de 15 cigarrillos	0	0%
No contestó	46	38%
Total	120	100%

¿Conoce usted qué enfermedades o problemas son ocasionados por el consumo de tabaco?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí (Cuales?)	100	83%
b) No	14	12%
No contestó	6	5%
Total	120	100%

Especificación del caso a) Sí (¿Cuáles?)	
Cáncer	83
Efisema Pulmonar	37
Otros	15

¿Alguna vez ha consumido bebidas con alcohol?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí	97	81%
b) No	21	17%
No contestó	2	2%
Total	120	100%

¿Consume bebidas con alcohol actualmente?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí	65	54%
b) No	55	46%
Total	120	100%

¿En qué tipo de reunión o evento bebió su primera copa?	No. de Personas	Porcentaje
a) Fiesta con amigos	54	45%
b) Fiesta con familiares	47	39%
No contestó	19	16%
Total	120	100%

¿Cuántas copas bebe o bebía por ocasión?	No. de Personas	Porcentaje
a) 1-3 copas por ocasión	62	52%
b) 4-7 copas por ocasión	15	12%
c) 8-11 copas por ocasión	15	12%
d) 12-15 copas por ocasión	2	2%
e) Más de 15 copas por ocasión	8	7%
No contestó	18	15%
Total	120	100%

¿En qué tipo de eventos acostumbra o acostumbraba beber?	No. de Personas	Porcentaje
a) Fiestas o reuniones con amigos	55	46%
b) Fiestas o reuniones con familiares	34	28%
c) Cualquier día	5	4%
No contestó	18	15%
Nulos	8	7%
Total	120	100

¿Conoce usted las enfermedades que produce el consumo de bebidas con alcohol?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí (¿Cuáles?)	79	66%
b) No	33	27%
No contestó	8	7%
Total	120	100

Especificación del caso a) Sí (¿Cuáles?)	
Cirrosis y Problemas hepáticos	72
Otros como: alcoholismo, gota, cáncer, taquicardia	7
Total	79

¿En qué situaciones emocionales acostumbra o acostumbraba beber? (Puede elegir más de una)	No. de Personas	Porcentaje
a) Tristeza	20	17%
b) Enojo	6	5%
c) Felicidad	53	44%
d) Todos los anteriores	20	17%
No contestó	21	17%
Total	120	100%

¿Alguna vez ha probado algún tipo de droga?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí	35	29%
b) No	84	70%
No contestó	1	1%
Total	120	100%

¿Consume algún tipo de droga actualmente?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí	13	11%
b) No	106	88%
No contestó	1	1%
Total	120	100%

¿Cuántas dosis consume o consumía de drogas por ocasión?	No. de personas	Porcentaje
a) 1-3 dosis por ocasión	22	18%
b) 4-7 dosis por ocasión	3	2%
c) 8-11 dosis por ocasión	0	0%
d) 12-15 dosis por ocasión	0	0%
e) Más de 15 dosis por ocasión	3	3%
No contestó	92	77%
Total	120	100%

De quién recibió la primera dosis?	No de Personas	Porcentaje
a) Amigos	24	20%
b) Familiares	0	0%
c) Usted mismo	8	7%
d) Otros (Especifique)	0	0%
No contestó	88	73%
Total	120	100%

¿En qué tipo de situaciones emocionales acostumbra o acostumbraba consumir drogas? (Puede elegir más de una respuesta)	No. de Personas	Porcentaje
a) Tristeza	8	7%
b) Enojo	1	1%
c) Felicidad	17	14%
d) Todos los anteriores	5	4%
e) Otro (Especifique)	0	0%
No contestó	89	74%
Total	120%	100%

¿Conoce usted las repercusiones que trae el consumo de drogas?	No. de Personas	Porcentaje
a) Sí (¿Cuáles?)	56	47%
b) No	40	33%
No contestó	24	20%
Total	120	100%

Especificación del caso a) Sí (¿Cuáles?)	
Problemas mentales	44
Otras (muerte, cáncer y adicción)	12
Total	56

El consumo de drogas legales e ilegales es un problema latente de nuestros tiempos, ¿por qué causa cree usted que alguien se vuelva adicto a una sustancia?	No. de Personas	Porcentaje
Problemas personales	39	35%
Gusto	7	6%
Curiosidad	7	6%
Efecto de las sustancias adictivas tras un consumo continuo	23	20%
Ignorancia	7	6%
Gobierno	1	1%
Pertenecer a un círculo social	7	6%
No contestó	22	20%
Total	120	100%

¿Qué propuesta haría usted para que los jóvenes no caigan en adicciones?	No. de Personas	Porcentaje
Pláticas de información y orientación emocional	55	46%
Comunicación en familia	6	5%
Nada	5	4%
Sanciones a consumidores y vendedores	1	1%
Legalización	4	3%
Cambio de amistades	5	4%
Abstinencia	5	4%
Actividades deportivas y artísticas	21	18%
No contestó	18	15%
Total	120	100%

¿En qué lugar ha recibido información u orientación preventiva acerca del consumo de drogas legales e ilegales? (Puede mencionar más de una)	No. de Personas	Porcentaje
a) Escuela	102	85%
b) Trabajo	16	13%
c) Casa	53	44%
d) Otro (Especifique)	10	8%
e) Ninguna, no he recibido información	5	4%
No contestó	4	3%

Especificación del caso d) Otro (Especifique)	
Calle	2
T.V.	3
Clínicas	1
Conferencias	1
Internet	3
Total	10

¿Cuántas horas ve la televisión al día?	No. de Personas	Porcentaje
a) 1-3	95	79%
b) 4-7	11	9%
c) 8-11	3	3%
d) Más de 11	4	3%
No contestó	7	6%
Total	120	100%

¿Cuántas horas usa internet al día?	No. de Personas	Porcentaje
a) 1-3	67	56%
b) 4-7	33	27%
c) 8-11	8	7%
d) Más de 11	8	7%
No contestó	4	3%
Total	120	100%

Especificación del caso e) Otro (Especifique)	
Fotolog	1
Youtube	1
Tumblr	1
Hotmail	1
Instagram	2
Total	6

¿Con quién prefiere platicar de sus problemas?	No. de Personas	Porcentaje
a) Padres	59	49%
b) Hermanos	20	17%
c) Amigos	17	14%
d) Otro (Especifique)	6	5%
Nulo	17	14%
No contestó	1	1%
Total	120	100