

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades
Escuela Profesional de Psicología



**“ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE EL CONSUMO DE
SUSTANCIAS PSICOACTIVAS EN ADOLESCENTES ESCOLARIZADOS DE
AREQUIPA”**

Tesis presentada por el Bachiller:

Silva Alvarez, Jordy

Para optar el Título Profesional de

Licenciado en Psicología.

Asesor:

Mg. Ramos Vargas, Luis

Arequipa- Perú

2020

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA- UCSM

INFORME DEL DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS

VISTO

Borrador de Tesis Titulado.

Análisis De Las Representaciones Sociales Sobre El Consumo De Sustancias Psicoactivas En Adolescentes Escolarizados De Arequipa En El Año 2019

Presentado por el Bachiller.

Silva Alvarez, Jordy

Del Dictamen.

Damos por aprobado el Borrador de Tesis.

Arequipa, 18 de Junio del 2020

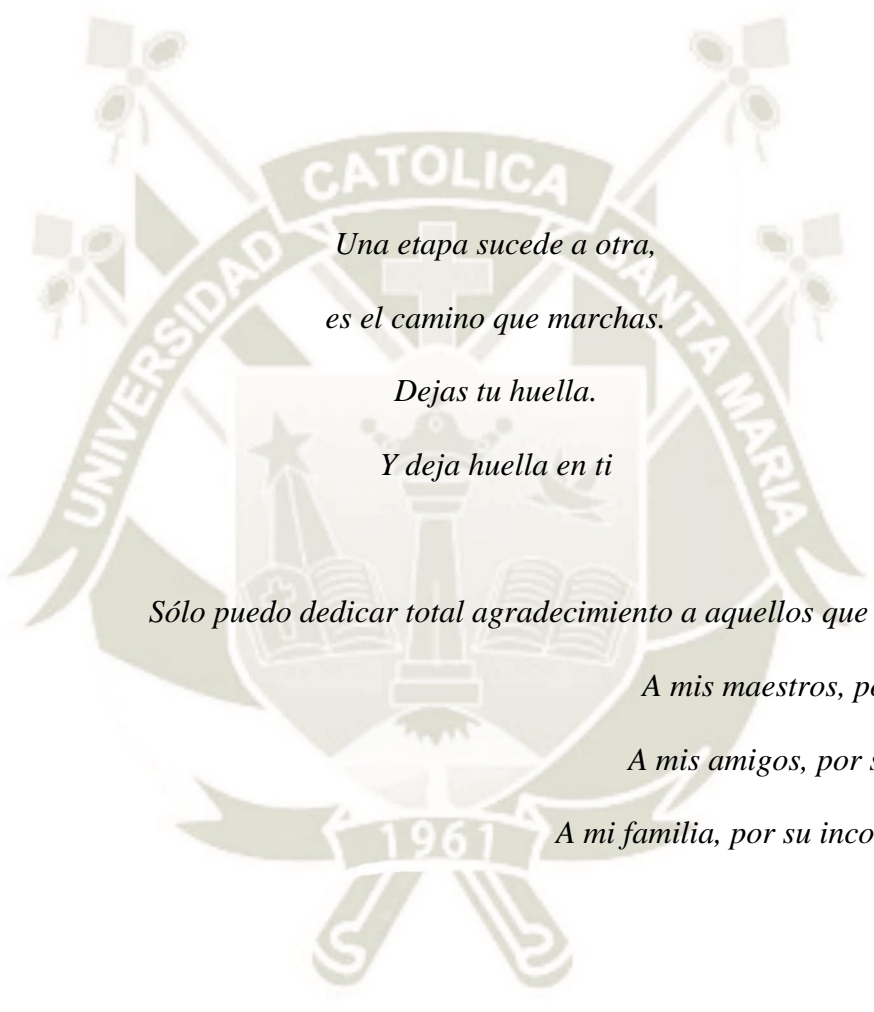


Mg. Luis Fernando Ramos Vargas
3209



Dr. Héctor Emilio Martínez Carpio
1741

Dedicatoria



*Una etapa sucede a otra,
es el camino que marchas.*

*Dejas tu huella.
Y deja huella en ti*

Sólo puedo dedicar total agradecimiento a aquellos que me acompañan.

A mis maestros, por la educación.

A mis amigos, por su comprensión.

A mi familia, por su incondicional amor.

Resumen

Los adolescentes poseen una expresión e integración psicosocial referentes al consumo de sustancias psicoactivas. Motivo por el cual, esta investigación busca analizar las representaciones sociales como un sustento principal del comportamiento social en el fenómeno del consumo de sustancias psicoactivas. Debido a la facultad cualitativa otorgada a esta investigación, se opta por indagar vivencias y profundizar en el dialogo y lenguaje de los adolescentes participantes mediante una entrevista semiestructurada. Los resultados demuestran que las representaciones sociales sobre el consumo de sustancias psicoactivas poseen estructuras de la ideología familiar, publicidad y medios virtuales de interacción. Asimismo, el consumo comparte cualidades sociales dentro de las vivencias comunes de los adolescentes y en su propia cultura.

Palabras Clave

Representaciones Sociales, Sustancias Psicoactivas, Adolescentes, Escolares, Consumo de Drogas.

Abstract

The teenagers have a psychosocial expression and interaction related to the consumption of psychoactive substances. For that reason, this inquiry analyses the social representations as a fundamental component of the social behavior in the situation of consuming psychoactive substances. Due to the qualitative peculiarity of this investigation, is chosen to search and enhance the common experiences, dialogues and language of the teenagers through a semi-structured interview. The investigation demonstrate that the social representations related to the consumption of psychoactive substances own structures of the family ideologies, advertising and virtual media interactions. Also, the consume shares social qualities within the common experiences and culture of the teenagers

Keywords

Social Representations, Psychoactive Substances, Teenagers, Students, Drugs Consumption.

Índice

Dedicatoria.....	i
Resumen.....	ii
Abstract.....	iii
Capítulo I	
Marco Teórico	
Introducción.....	1
Problema.....	2
Indicadores de Trabajo.....	5
Indicadores de representaciones sociales.....	5
Indicadores del consumo de sustancias psicoactivas.....	8
Objetivos.....	12
Objetivo principal.....	12
Objetivos específicos.....	12
Antecedentes Teóricos - Investigativos.....	13
Investigaciones previas.....	13
Bases teóricas.....	20
Representaciones colectivas e individuales.....	20
Representaciones sociales y subjetividad.....	21
Marco Epistemológico.....	22
Aproximación teórica de las representaciones sociales.....	22
Modelo de Serge Mucovici.....	23
Fenomenología.....	30
Objeto o Fenómeno Social: Consumo de Sustancias Psicoactivas.....	31

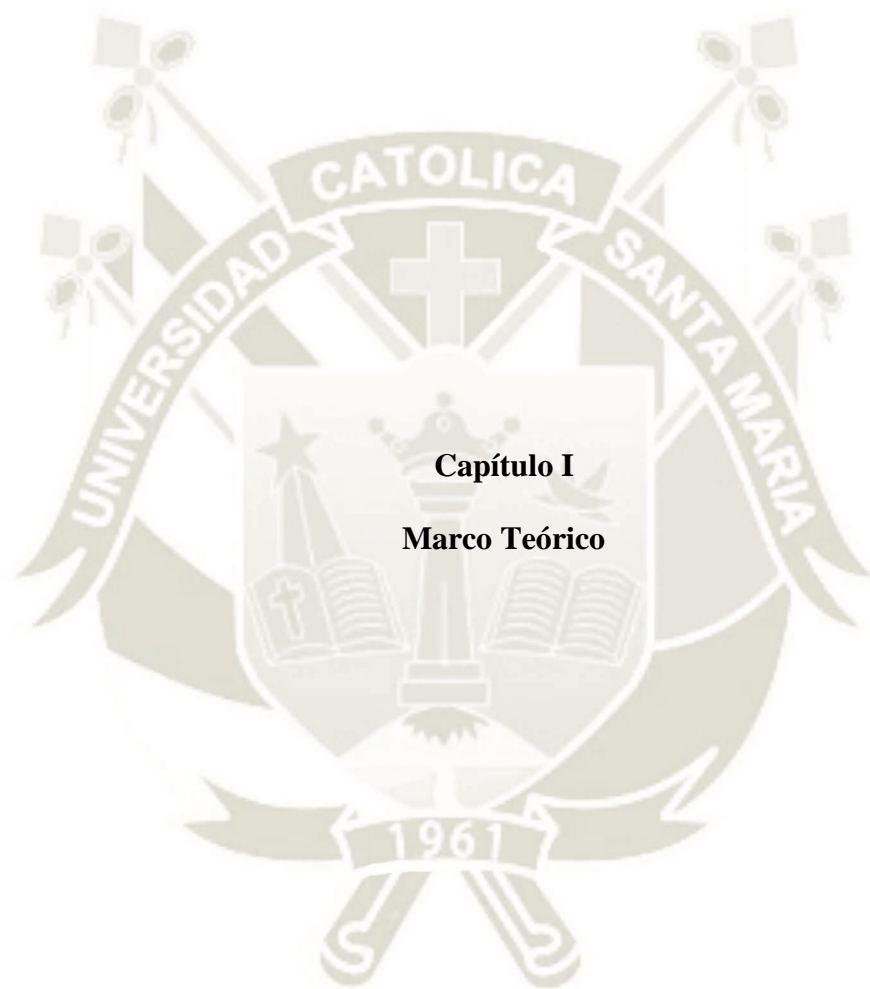
Definición del concepto: sustancias psicoactiva.....	31
Clasificación de las sustancias psicoactivas.....	34
Perfil de identidad del consumidor.....	39
Tipología de consumo.....	41
Cultura de consumo.....	44
Tolerancia social y la normalización del consumo.....	46
Representaciones Sociales del Adolescente.....	49
Situaciones emocionales del adolescente.....	49
Relaciones con los pares, influencia y presión social.....	52
Búsqueda de sensaciones.....	53
Estigmatización de la adolescencia.....	54
Publicidad, medios y adolescentes.....	55
Consumo en la adolescencia.....	57

Capítulo II

Método

Tipo de Investigación.....	60
Técnicas de Recolección de Información.....	61
Entrevista a profundidad semiestructurada.....	61
Descripción del número de preguntas e indicador.....	62
Participantes.....	63
Muestra.....	64
Estrategia para la Recolección de Información.....	64
Prácticas pre-profesionales y entrevistas piloto.....	64
Preparación.....	65

Coordinación.....	65
Aplicación.....	65
Criterio de Procesamiento de Información.....	66
Capítulo III	
Resultados	
Descripción de los Resultados.....	68
Representaciones sociales en las vivencias.....	68
Estructura del concepto consumo de sustancias psicoactivas.....	76
Ideología familiar en las representaciones del consumo.....	85
La publicidad y los medios en las representaciones del consumo.....	94
La cultura de consumo de sustancias psicoactivas de los adolescentes.....	99
Discusión.....	108
Red general: representaciones y vivencias.....	108
El concepto social de las sustancias y los consumidores.....	110
Ideología familiar: un componente en las representaciones sociales.....	112
Publicidad y medios: su influjo en las representaciones.....	114
La cultura de consumo una realidad social.....	117
Conclusiones.....	120
Recomendaciones.....	122
Limitaciones.....	123
Referencias.....	124
Anexos.....	134
Entrevista semiestructurada.....	134
Consentimiento informado.....	136



Introducción

Esta tesis analiza las representaciones sociales incluidas en el conocimiento, las experiencias y los consumos de sustancias psicoactivas de adolescentes escolarizados. Para lo cual se parte de la siguiente pregunta: ¿Qué representaciones sociales predominan y se comparten sobre el consumo de sustancias entre los adolescentes? Con la finalidad de responder esta interrogante, primero se debe focalizar la etapa de desarrollo del grupo social que se investigará; se sabe que el adolescente está en un proceso de autoconocimiento y desarrollo, muchas de sus vivencias diarias son el reflejo de las experiencias previas, enseñanzas del medio familiar e inferencias en la socialización con sus pares, todas estas coyunturas generan en él diversos conocimientos y conductas hacia un tema específico u objeto social; en este caso, el consumo de sustancias psicoactivas.

Es pertinente identificar y profundizar en las representaciones sociales que comparte una población considerada inerte a la desinformación sobre el consumo de drogas, siendo el presente caso los adolescentes escolarizados. Debido a que en esta edad, independientemente de la clase socioeconómica o lugar de procedencia, ya existen representaciones en la mente del adolescente sobre este tema; incluso algunos ya comenzaron a experimentar con las sustancias psicoactivas. En este sentido, la siguiente tesis busca recolectar y analizar las representaciones que tienen los adolescentes y cómo éstas influyen en su pensamiento y comportamiento. Además, se contribuirá a identificar y comprender las representaciones sociales de una población específica, para así establecer una mejor raíz psicosocial sobre el problema investigado. Con esta información se puede ayudar a prevenir esta problemática, ya que una visión más orientada al aspecto psicosocial de un problema que afecta a las instituciones educativas, influirá a implementar la orientación psicológica adecuada y políticas públicas de prevención y atención coherentes con la realidad social y cultural de los

adolescentes, acercándose más a la problemática vivenciada y otorgando más valor a la investigación e intervención cualitativa por el bienestar y desarrollo psicosocial.

Problema

Un tema de preocupación para la sociedad local que lleva muchos años sin una solución efectiva es el consumo de sustancias psicoactivas o drogas, en adolescentes que cursan por años académicos de secundaria. Y es que, los casos no distinguen al tipo de institución de donde provienen los jóvenes, tanto en la educación pública o privada existe esta problemática. La edad del inicio del consumo de sustancias empieza en esta etapa, y a pesar que el alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida y le sigue el tabaco, los adolescentes también están experimentando con drogas ilegales como marihuana y en casos mucho más graves cocaína, inhalantes, alucinógenos y medicamentos de prescripción médica (Comisión Nacional Para El Desarrollo y Vida Sin Drogas, 2012).

Una etapa crítica en el desarrollo de la persona es la adolescencia ya que abarca cambios: psicológicos, físicos, emocionales, sociales y académicos. Es en este periodo donde también se forma gran parte de la personalidad que acompañará al individuo durante su vida adulta. La región de Arequipa es la segunda región a nivel nacional en el consumo de sustancias legales como alcohol o tabaco, se sabe que hasta el año 2014 un aproximado de 151, 410 estudiantes (51.1% de población escolar) han consumido bebidas alcohólicas o fumando tabaco en algún momento de su vida; la edad promedio de consumo es de 13 años (Carpo, 2014 citado en Solís y Vegas, 2016). Sin las medidas preventivas adecuadas el número de adolescentes que consumen va en aumento. Además la experimentación con estas sustancias va a acarrear en problemas legales, de salud y académicos, sin olvidar el probable uso y abuso de otras sustancias en el futuro.

Las investigaciones realizadas para esta problemática, en la mayoría de los casos, han designado como factores externos de la persona a la familia, entorno social, cultura, condiciones políticas y publicidad. Esto se visualiza también cuando los miembros de esta sociedad responsabilizan a las sustancias psicoactivas de las consecuencias que provocan en los adolescentes; excluyendo la responsabilidad propia del individuo consumidor de dichas sustancias. Más allá de todos los factores externos que puedan influir en este problema; también, existen representaciones mentales y sociales, percepciones psicosociales propias y colectivas sobre el consumo de drogas, que los pueden llevar a tener ideas normalizadas en cuanto al uso de sustancias, sobre todo aquellas legales.

Es importante estudiar este problema desde una visión más amplia, que es la que propone las representaciones sociales presentes en el adolescente, ya que estas no sólo abarcan el área de las ideas o el imaginativo, sino que también, se expresan en la interacción entre los individuos y continúan desarrollándose en base a este mismo intercambio social. Muchos de los estudios se han hecho en base a factores contextuales, sociales y psicológicos o personales, influyentes en los modelos de factores de riesgo para el consumo de sustancias. Sin embargo, no se llega a relacionar completamente este fenómeno ya que las investigaciones no ahondan totalmente el imaginario social propio de los adolescentes, que es obtenido por la expresión personal, en cuanto al uso de drogas en la sociedad.

Son escasos los trabajos de investigación que incluyen las representaciones sociales de los adolescentes acerca del consumo de sustancias psicoactivas. Sabemos por la teoría de Moscovici (1979), teórico fundamental en este estudio, que las representaciones sociales son un colectivo de conocimientos organizados que elaboran el comportamiento y la comunicación entre individuos de un grupo, y hacen comprensibles las relaciones cotidianas tanto físicas como sociales. Estas representaciones sociales aparecen cuando los individuos

debaten temas de interés o suceden acontecimientos significativos dentro del grupo los cuales requieren una explicación o sentido lógico.

Dando soporte a esta teoría, está Páez (1987) que observa a las representaciones como una forma de expresión del pensamiento natural del individuo, mientras que Di Giacomo (1987) resalta el papel de estas en la regulación de los comportamientos intra e intergrupales (Citado en Mora, 2002).

Podemos concluir, que el consumo de sustancias es un comportamiento del individuo y las representaciones sociales son el pensamiento y la expresión en la que se regula el comportamiento de los mismos; por ello es relevante que existe una relación entre las representaciones sociales relacionadas al uso de drogas en adolescentes, la cual no ha sido investigada a profundidad.

Por ende es de gran importancia responder a la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las representaciones sociales sobre el consumo de psicoactivos de los adolescentes escolarizados de Arequipa? Y conocer también: ¿Cómo estas representaciones se expresan en los adolescentes, en su comportamiento y en el uso prematuro de drogas?

Indicadores de Trabajo

Los indicadores de trabajo nos permiten una definición base y operacional para la formulación de la entrevista, marco teórico y bases teóricas usadas en esta investigación.

Algunos de estos indicadores cuentan con base etimológica del siglo XX sin embargo, se les considera debido a la precisión con la que se endosan a esta investigación y su importancia en la psicología social.

Indicadores de representaciones sociales

Vivencias. Para lograr la adecuada descripción de este indicador y brindarle una perspectiva conforme al estudio presentado, se menciona dos autoras que ya han definido el término vivencias en investigación de diseño cualitativo.

Cabe señalar que Escobar (2009) encuentra una definición operativa de este término orientada a una estrategia metodológica de investigación, usualmente aplicada en el campo de la investigación social; la cual describe a las vivencias como conocimientos espontáneos de uno o varios acontecimientos vividos, realizados y sentidos en un individuo a lo largo de su desarrollo. A su vez, se pueden conocer como relatos sobre la experiencia del sujeto antes (saber, pensar, hacer), durante (sentir, actuar, padecer) y después (aprendizaje, proyectares, aconsejares) de acontecimientos, que surgen en el entorno social donde interactúa.

Para reforzar la idea del encuadre cualitativo de los indicadores, de Souza (2010) acierta en su descripción sobre la vivencia e indica que conforma el criterio individual encargado de interpretar lo real. Y sucede cuando; una resistencia ejercida por el mundo exterior, sobre los movimientos, impulsos, voluntad y emociones, genera producciones en la conciencia individual, las cuales están sujetas a condiciones históricas y formadas bajo un de sentido colectivo.

Representaciones estereotipadas. Las representaciones estereotipadas son influenciadas por los arquetipos lingüísticos y la estabilidad de estos en las formulaciones del sujeto y sus medios de interacción, que impide obtener mayor información a otras alternativas que están vinculadas al objeto social (Moscovici, 1979).

Por otra parte Kornblit, Camarotti, & Di Leo (2010) mencionan la importancia y el desarrollo que tienen los estereotipos sociales sobre las creencias y atributos otorgados a ciertos grupos y que se comparten entre los miembros de una cultura, se consideran estereotipos sociales. Los prejuicios están también involucrados dentro de la construcción de estereotipos, y es que nos encontraremos frente a un prejuicio cuando dentro de una cultura las creencias han evaluado negativamente ciertos grupos. Si las evaluaciones negativas quedan adjudicadas de forma permanente e inmutable a la identidad de un sujeto o grupo, se le llama estigmatización; al darse conductas hacia un grupo específico que son basadas en los prejuicios y estigmatizaciones estaría ocurriendo un acto de discriminación.

Publicidad y medios. La revisión teórica de este indicador busca centrar con precisión los conceptos de medios de comunicación, y publicidad, en todas sus formas de transmisión, para obtener amplia gama de información sobre la experiencia y conocimientos de los sujetos.

Por una parte, se debe comprender que el desarrollo de los medios de comunicación ha llevado a una separación en la interacción social con el espacio físico, lo que lleva a compartir interacciones incluso sin coincidir físicamente con aquello presentado; estas interacciones comparten un conjunto de características que las diversifican de una experiencia cara a cara. Seguido a esto el carácter simbólico de lo considerado vida social ha cambiado, sujeto a las nuevas maneras de experimentación e interacción con las redes de información, se genera un sentido de identidad relacionado a los medios de comunicación por la expresión y promoción de representaciones y símbolos que se comparten dentro de un

lenguaje común. Y finalmente un cambio importante, claramente resaltable, acerca de los medios de comunicación es la creciente comercialización y creación de publicidad que se considera limitantemente satisfactoria y con implicancia a ser cuestionable, esto lleva a pensar nuevamente el significado de propiedad pública y en las consecuencias socio políticas de los medios de comunicación ya que se aprecia un ambiente saturado por nuevas formas expandir la información que contribuye en las formulaciones sobre sujetos, acontecimientos y objetos sociales sin necesidad de encontrarse en un mismo plano espacial o temporal (Thompson, 1998).

Así mismo, el que era considerado como un consumidor de los medios ha cambiado a ser un creador participativo, es decir, que los medios y sobre todo las redes sociales permiten al sujeto ser activo, crear o compartir contenido, y generar análisis y críticas dentro de un espacio social aunque no sea físico (Scolari, 2018). Todo esto permite considerar a los medios, publicidad y redes como influencias en el desarrollo de representaciones sociales en aquellos que participan de estas.

Ideología familiar. Tanto los medios masivos de comunicación como el sentido común muestran tres elementos que dan formación al concepto de ideología familiar, es el autor Martín-Baró (1986) quien da a conocer estos elementos: primero están las concepciones sobre qué es familia y cuál es su naturaleza, segundo está la opinión que tiene el individuo sobre las funciones que debe desempeñar la familia para consigo. Y el tercer elemento es la función social que desempeña un grupo familiar. El mismo autor indica que el individuo busca una realización personal importante dentro del ámbito familiar. Al respecto Vásquez (1983) señala que las perspectivas conservadoras que se comparten en un grupo generacional dentro de la familia, como serían los padres, van cambiando a perspectivas más liberales

según el grupo generacional más joven, que en el caso de aquel estudio fueron los hijos.

(Citado en Martín-Baró, 1986).

Un factor determinante, tanto en estudios cualitativos como cuantitativos, que involucran al grupo generacional de los adolescentes es la familia y la ideología que este grupo desarrolla y comparte. Palma Campos (2011) indica que en un entorno familiar donde el uso de estas se vea involucrado en las prácticas o hábitos influirá en el consumo de sustancias; también se menciona que incluso, si no existe un consumo, la venta de estos productos como actividad económica influye en las condiciones de desarrollo de la familia y su ideología, así como en los hábitos de consumo de sustancias psicoactivas (Citado en Segura y Cáliz, 2015).

Indicadores del consumo de sustancias psicoactivas

Concepto de droga. Para centrarnos en un concepto globalizado este indicador es extraído de las definiciones que propone la Organización Mundial de la Salud en el uso clínico, administrativo, de investigación y otros intereses en el campo de las sustancias psicoactivas. La Organización Mundial de la Salud (OMS) (1994) no sólo define la palabra droga, sino que, separa el concepto en heterogéneas clasificaciones, consideradas útiles para esta investigación, y son las siguientes:

Droga. En el campo de la medicina abarca a las sustancias con el potencial para prevenir o curar enfermedades o aumentar la salud. Para la farmacología es una sustancia química que va a interactuar sobre los procesos fisiológicos y bioquímicos de los tejidos u organismos. Sin embargo, hay un uso del término droga en el lenguaje coloquial que se refiere a agrupar a las sustancias psicoactivas e incluso más específicamente a las ilegales. También, esta definición menciona a las teorías profesionales que tratan de incluir a la cafeína, tabaco, alcohol y otras sustancias como drogas ya que sus usos tienen efectos psicoactivos.

Droga de diseño. Es la sustancia que ha sido sintetizada con nuevas y peculiares propiedades psicoactivas para poder burlar la legislación de sustancias controladas.

Droga de inicio. Conocida como *gateway drug* o droga de apertura de propiedades legales o ilegales que descubre el camino al consumo de otras sustancias usualmente consideradas más problemáticas.

Droga ilegal. La droga en sí no es ilegal, pero su producción, comercialización y consumo bajo determinadas circunstancias está penado. Asimismo, la producción y venta de alguna droga o medicamento que no se realiza dentro de las medidas legales también es considerada como droga ilegal.

Droga legal. Esta sustancias se encuentra legalmente disponible y su acceso suele ser mediante prescripción médica aunque este caso puede variar dependiendo de las legislaciones locales y nacionales.

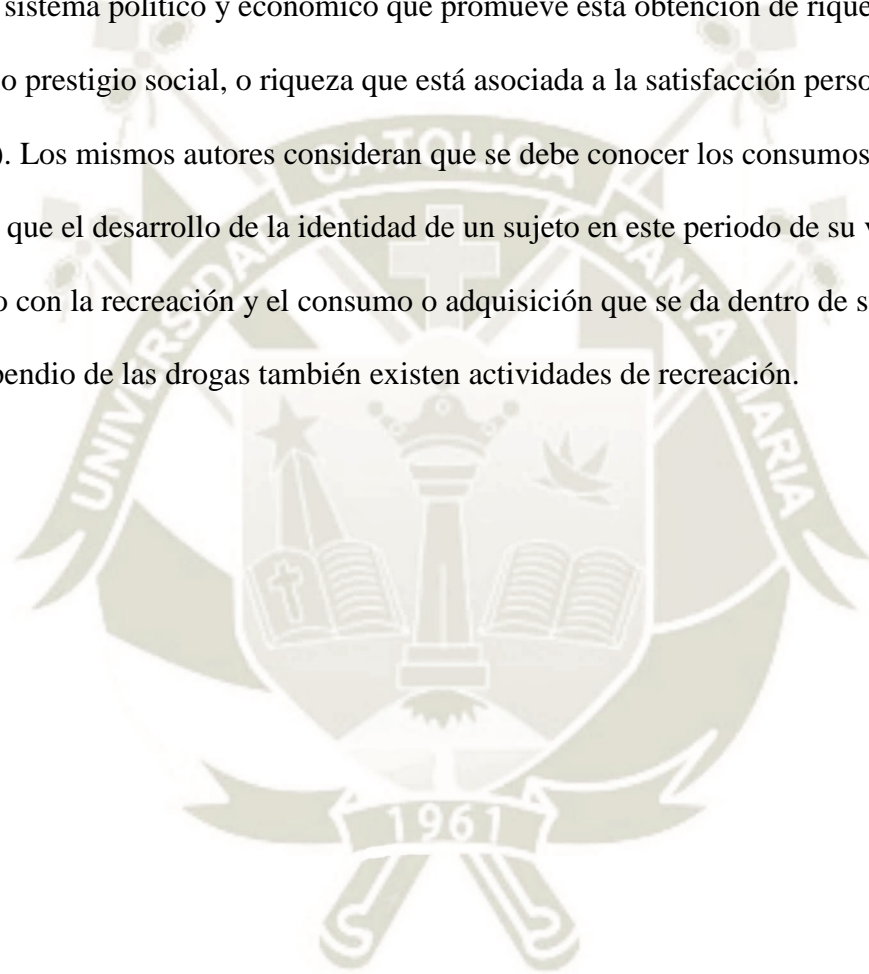
Todas estas definiciones permiten generar las bases conceptuales para entender un, símbolo, acción, imagen, etc., de términos que se pueden interpretar y que no deben limitar el diseño de la entrevista. También al usar esta terminología aproxima la presente investigación a las referencias globales usadas en este fenómeno social.

Tolerancia social. Las representaciones sociales practicadas por un grupo social relacionadas al consumo de sustancias, condicionará la tolerancia social. Esta tolerancia está relacionada al consumo de sustancias y se le puede definir como pautas de comportamiento estrechamente relacionadas a la absolución del consumo y abuso de cierto grupo de sustancias, que son aceptadas y toleradas por dicha comunidad. Este consumo no justifica una actitud de censura o sanción por parte de la comunidad (Miguez, 1998). Al respecto Cantero (2007) indica: “La tolerancia social no está relacionada con las propiedades farmacológicas de las drogas, sino con la construcción que se hace en torno a la misma.”(p.60).

Los miembros sujetos a una sociedad adquieren métodos similares para disponer y afrontar situaciones de su cotidianidad; la forma en cómo estos métodos se exteriorizan y socializan en las relaciones de los individuos, es lo que hace a las drogas aceptables y deseables o de lo contrario rechazables; al mismo tiempo componen lo que es la tolerancia social. Las representaciones, que se forman dentro de la familia y la comunidad, sobre el manejo y consecuencias derivadas del consumo de sustancias psicoactivas se verá moldeada por la tolerancia social. A su vez, existen otras áreas no ligadas totalmente a un problema sobre el consumo, si no que a través de normas o creencias van a componer la relación que tiene la sociedad con el consumo de sustancias y exoneran de su consumo o abuso en ciertos sucesos sociales. Miguez, (1998) hace alusión “Las estrategias publicitarias en los límites de estas representaciones aportan a la formación de la tolerancia social.” (p.16). También, “Esta tolerancia normatiza en modelos de conducta que excusan y sugieren la recurrencia al consumo implantando diferentes motivos por el cual el individuo que ahora está sujeto a un grupo puede recurrir para justificar su consumo.” (p.28).

Normalización del consumo, dependencia y adicción. El concepto de normalización es entendido como regular o estandarizar algo que anteriormente no lo estaba, convirtiendo el consumo, la dependencia o la adicción en algo habitual (Aguilera, 2019). El consumo de ciertas sustancias, que forma parte en un grupo social va a minimizar los efectos negativos de éstas atribuyendo la culpa al individuo y sus hábitos, asimismo, cuando se ha normalizado el consumo dentro de una cultura el entorno se verá favorecedor a fomentar esta actividad y será vinculada al estilo de vida de aquellos sujetos a consumirla, y los adolescentes menores de edad encuentran aceptación y agrado por esta dinámica (Rodríguez-Matos, 2007 citado en Aguilera, 2019).

Cultura de consumo. El consumo refiriéndonos a un concepto general es un modo de satisfacción de los deseos y necesidades, cabe resaltar que la sociedad considerada como joven socializa dentro de este concepto. Visto desde una acción el consumismo es la adquisición o acumulación de bienes y servicios considerados no esenciales, también se refiere al sistema político y económico que promueve esta obtención de riquezas como reflejo de status o prestigio social, o riqueza que está asociada a la satisfacción personal (Kornblit et al., 2010). Los mismos autores consideran que se debe conocer los consumos de la sociedad joven, ya que el desarrollo de la identidad de un sujeto en este periodo de su vida está vinculado con la recreación y el consumo o adquisición que se da dentro de sus actividades, y en el dispendio de las drogas también existen actividades de recreación.



Objetivos

Objetivo principal.

Analizar las representaciones sociales relacionadas al consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes de una institución educativa pública del distrito de Cayma, Arequipa.

Objetivos específicos

Objetivo específico 1. Conocer la vivencias asociadas al consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes de una institución educativa pública en el distrito de Cayma, Arequipa.

Objetivo específico 2. Describir el significado de sustancia psicoactiva entendido por los adolescentes de una institución educativa pública en el distrito de Cayma, Arequipa.

Objetivo específico 3. Comprender la relación entre la ideología familiar y las representaciones sociales vinculadas al consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes escolarizados de una institución educativa pública en el distrito de Cayma, Arequipa.

Objetivo específico 4. Conocer la influencia de los medios y la publicidad en la construcción de las representaciones sociales sobre el consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes de una institución educativa pública en el distrito de Cayma, Arequipa.

Objetivo específico 5. Comprender la cultura de consumo de sustancias psicoactivas que tienen los adolescentes de una institución educativa pública en el distrito de Cayma, Arequipa.

Antecedentes Teóricos – Investigativos

Investigaciones previas

Una tesis de análisis importante la realizó Silvia Henao (2010), bajo la teoría de las representaciones sociales, el consumo de drogas y las intervenciones respectivas en el contexto local de la universidad de Antioquia-Colombia. En esta investigación se señala: En relación al desarrollo de los significantes de las drogas existen elementos simbólicos y sociales que forman a estos significantes, esta es una forma de conocimiento generado de manera social, desde las representaciones sociales, comunicación, y construcción de lenguajes que se identifican con un grupo y beneficia a la adaptación. El fenómeno del consumo de drogas está asociado a un contexto sociocultural, en este espacio el sujeto decide consumir bajo su voluntad o no hacerlo, identificándose con sus libertades individuales.

El consumo de drogas es producido por creencias y prácticas cotidianas, relacionando este fenómeno al sentido común más que al conocimiento científico que se comparte del mismo. A su vez para Henao (2010) los espacios alrededor del campus universitario son usados como espacios de entretenimiento y socialización en donde ocurre también consumo de sustancias; los sujetos consumidores buscan diversión, y nuevas experiencias pero también están de busca de identidades. Sin embargo esto no hace que la permanencia en la comunidad universitaria sea un factor de riesgo, ya que en su mayoría los consumidores ingresan con estas prácticas. Esto es un motivador a analizar las representaciones sociales de consumidores de sustancias en una etapa previa a la de educación superior. En cuanto a cómo debe entenderse el fenómeno de consumo dentro de la universidad, los discursos analizados generar contrariedades; algunos mencionan que el contexto universitario no debe exonerar la forma en la que la sociedad actúa frente a esta problemática, otros, asumen el consumo como algo que no debe generar estigmatizaciones, castigos o exclusiones de los consumidores

(Henaó, 2010). En el análisis de las representaciones sociales sobre los mundos de referencia que se generan relacionados al consumo de drogas. Henaó (2010) encuentra: primero una relación en cuando a formación y reforzamiento de vínculos sociales, las drogas son consumidas para restablecer relaciones con pares. En segundo, hay referencias al mercado de drogas que busca el acopio de riqueza que da el producto en un grupo de personas limitado y cerrado. El tercer mundo de sentido está representado por el sujeto que no respeta las leyes ni a los representantes de éstas. Y el último está relacionado a la muerte, representada en aspectos sociales, simbólicos y físicos, como consecuencia del consumo. Las intervenciones contra el problema no son bien vistas por los sujetos ya que se basan en un control, prohibición, señalización y estigmatización de los consumidores.

La autora Vilca (2014) realizó su tesis de maestría titulada: “Factores que condicionan el consumo de drogas en estudiantes del 4to y 5to de secundaria del colegio Ignacio Álvarez Thomas de Cerro Colorado Arequipa, 2009”. En este trabajo de investigación la autora encuesta a 79 estudiantes escolares obteniendo información sobre el consumo de sustancias psicoactivas, su frecuencia, antecedentes familiares y relación con los padres. Los resultados más resaltantes son: el 57% de la población encuestada consume alguna droga y de estos sujetos 33% y 31% consumen tabaco y alcohol respectivamente; 18% de su población iniciaron el consumo de drogas a los 12 años o antes, mientras que, 42% empezaron entre los 15-16 años. Para la autora son tres los factores que condicionan el consumo de drogas: biológicos, psicológicos y sociales. En los factores biológicos se dio a conocer los antecedentes familiares sobre consumo de drogas, 63% de las familias consumen sustancias psicoactivas en donde predomina el consumo de alcohol con un 38%; hay más problemas de salud cardíacos y respiratorios en las familias de los encuestados. Para los factores psicológicos 71% tiene un reaccionar negativo a problemas emocionales; de estos un 38%

presenta ansiedad, 13% irritabilidad y 9% depresión y estrés; el 49% recibe algún tipo de maltrato por comportamiento indebido, siendo percibido mayormente como maltrato psicológico 25% y 22% maltrato físico; la actitud de los padres hacía los encuestados indica que 33% de las familias son autoritarias, 27% sobreprotectoras, 22% demuestran pasividad y 18% son democráticas. En cuanto a al último factor se encontraron los siguientes datos: el 29% de las familias tienen una unión conyugal de casado, 31% son convivientes, 29% separadas y 11% viudos; también, se encuestó sobre los ingresos económicos en donde el 51% perciben ingresos superiores a los 1000 soles y el 24% perciben ingresos mínimos vitales; 40% de los estudiantes investigados provienen de familias desintegradas; según la forma de comunicación con sus padres el 33% percibe un dialogo permanente, 40% un dialogo eventual, para 22% de los encuestados no existe el diálogo con sus padres; también, se indagó sobre la existencia de algún problemas familiar a lo que el 84% indica que sí existe al menos un problema dentro de la familia siendo el más resaltante el problema económico y seguido la falta de comunicación; un aspecto importante de esta investigación es que busca conocer la accesibilidad a las drogas de los investigados en lo que responden que 28% de estos obtienen las drogas de amigos, 25% las consiguen en su entorno social y 22% disponen de su propio dinero. Como conclusiones finales para la autora los aspectos más predominantes para el consumo de sustancias psicoactivas son la desintegración familiar, la inadecuada comunicación, ingresos insuficientes, inadecuadas relaciones interpersonales y la accesibilidad hacía las drogas.

Calero (2015) formula una tesis de licenciatura en trabajo social la cual tituló: “Violencia en el cerro San Cosme: representaciones sociales de las familias en los jóvenes violentos en el año 2012-2013”. Esta es una investigación de enfoque cuali-cuantitativo, aplicando el método etnográfico es menester conocer el sentido que los actores sociales le otorgan a sus

acciones, pensamientos y al mundo alrededor de ellos (Murillo y Martínez, 2010 citado en Calero, 2015). El método cualitativo de su investigación permite analizar la problemática social aplicando las técnicas de observación no estructurada, historia de vida, entrevista no estructurada y semiestructurada; mientras que, para los datos cuantitativos se planteó una encuesta económica familiar que permite conocer el diagnóstico económico familiar. El autor escoge este tema y locación para su trabajo debido a la falta de apoyo y los altos índices de violencia en el Cerro San Cosme y así es que su población comprende a 40 jóvenes ubicados en tres diferentes grupos: jóvenes envueltos en violencia de pandilla, jóvenes no violentos y ex pandilleros; de este grupo son 17 los escogidos para ser su muestra de investigación. Este autor se va a basar en la teoría de representaciones sociales de Serge Moscovici, así que hondar en este aspecto sería redundar en información que ya se encuentra en esta investigación, sin embargo, Calero (2015) citando a De Jong, (2009) da a entender un concepto de representación social bastante interesante para su investigación, la práctica de la representación se muestra en discursos, mensajes verbales y no verbales, mediante una forma no común de comunicación, a su vez, incluye lo aprendido en el grupo familiar como primer grupo social al que uno está sujeto y donde los integrantes dan a conocer de manera natural la realidad social en la que interactúan. También expone que las representaciones son variables y que no se podría dar un conjunto de indicadores que enmarquen su contenido, las representaciones sociales se componen en la materialidad de la vida cotidiana, en determinados y específicos contextos. Se concluye que los jóvenes que presentan violencia de pandilla están presentes en familias disfuncionales donde existe la violencia en los aspectos económicos, sociales y psicológicos, estos grupos familiares no pueden satisfacer las necesidades básicas haciendo que los que componen el círculo familiar vayan a generar ingresos económicos, así que a modo de disconformidad encuentran en grupos sociales

externos a la familia una forma de socialización temprana en donde encuentra satisfacciones no alcanzadas por la familia. Asimismo, los jóvenes están en un proceso de socialización, donde dentro de la familia y fuera de esta en otros grupos sociales, aprenden y adaptan interpretaciones de la vida social del accionar violento, así que a las representaciones de un grupo reemplazan o alteran las de otro. El autor acaba indicando que existe una gran red social de violencia que se vincula a los hechos históricos en este caso de Cerro San Cosme, son estas redes sociales las que les permiten desarrollarse, como si fuera una forma habitual, en la violencia juvenil.

En un contexto local de Arequipa existe una investigación que no considera la teoría de representaciones sociales pero busca relacionar los motivos de ingesta de alcohol con la cantidad consumida; Solís y Vegas (2016) titularon su investigación: Motivos y consumo de alcohol en estudiantes universitarios, el tipo de investigación es descriptivo correlacional debido a que describe los motivos para el consumo de alcohol usando el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) y correlacional ya que determina el grado de relación entre los motivos y los niveles de ingesta usando el Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (The Alcohol Use Disorders Identification Test) (AUDIT). Ya podemos entender que esta es una investigación de método cuantitativo que mediante la recolección de datos busca probar una hipótesis, asimismo, el diseño que utilizan es el no experimental, transeccional descriptivo de tipo correlacional. La muestra se compone de 300 estudiantes de ambos sexos de primer y segundo año de la Escuela Profesional de Psicología de la respectiva casa de estudios; como objetivo se general plantean determinar la relación entre los motivos de consumo con los niveles de ingesta y los resultados encontrados indican que mientras haya una motivación para tener conformidad y conseguir la inclusión social del grupo el consumo de bebidas alcohólicas será elevado,

también, hay una relación positiva y significativa entre los motivos de afrontamiento para el manejo de problemas y los niveles de consumo de alcohol, lo cual lleva a una preocupación puesto que los estudiantes que no poseen herramientas o un repertorio de conductas de afrontamiento buscan en la ingesta una forma de solución a los problemas sin considerar el patrón de riesgo de consumo de alcohol que padece. Solís y Vegas (2016) Concluyen: los motivos sociales y los de realce son razones primordiales que se presentan en los estudiantes universitarios en la ingesta de bebidas alcohólicas; de la muestra un 80.7% presenta niveles de ingesta de bajo riesgo, 16% de riesgo y 3.3% de riesgo perjudicial, también indican que son los estudiantes varones aquellos que tienen más motivación y mayores niveles de ingesta de alcohol.

En la búsqueda de antecedentes investigativos, en la categoría de tesis a nivel nacional, se encontraron más investigaciones de profesionales de enfermería que profesionales en las áreas de psicología. A continuación se presentan algunos antecedentes en los que se rescata la teoría que usaron para definir y analizar las representaciones sociales del objeto investigado.

Merino (2017) en su tesis doctoral cuali-cuantitativa busca interpretar la dinámica y la estructuración del sistema de las representaciones sociales las cuales como un conocimiento que permite explicar y conjugar la realidad, esto se da gracias a la comunicación y el pensamiento social; este conocimiento como ella lo define es específico y determinante sobre el pensamiento y sobre la forma en la que se ordena la cotidianidad. También puntualiza en algunas características significativas que poseen las representaciones sociales como: “Las representaciones sociales son el resultado de un pensamiento colectivo que nace en el intercambio social... funcionan y perduran con la independencia de la existencia o no de determinadas personas.” (p.42), con esta idea entendemos que para la autora hay una importancia en la existencia de actores sociales que fortalecen la existencia de la

representación. Otra idea característica rescatable dentro de esta investigación es: “Toda opinión, no constituye una representación social puesto que puede devenir de medios masivos de comunicación... y no implicar sentimientos ni comportamiento en quienes la comparten,” (p.42); esta es una idea que se debe analizar con precaución ya que en los medios masivos de comunicación, sobre todo aquellos que se transmiten por pantalla, tratan de imitar el comportamiento social y moldearlo en relación al mensaje que transmite. Si medios de comunicación influyen sobre la construcción de las representaciones sociales se podrá responder en la sección de discusión de la presente investigación. Continuando con las características sobre las representaciones sociales Merino (2017) describe que hay generar representaciones se lleva a cabo un proceso de reconstrucción de la realidad e identifica el rol de sujeto como activo-pasivo: es él quien orienta su percepción, le da significado y materializa la representación, sin embargo, una vez la representación está constituida y es aceptada por el grupo el sujeto pasa al papel pasivo ya que será difícil que vuelva a participar de esa representación. Se resalta una vez más, para esta autora hay una importancia en la existencia de personas o actores sociales que influyen en la formación de representaciones sociales y sujetos que son influidos por estos. En esta investigación los participantes fueron agrupados en tres categorías: equipo de salud, usuarios y público en general, aquellos dentro del conjunto equipo de salud surgieron las siguientes categorías dentro de la representación del objeto social (la imagen de la enfermera peruana): dependiente, sacrificada, que cuida y atiende necesidades, con sentido social y que requiere más capacitación. Para los usuarios las categorías fueron: valorada, sacrificada, con sensibilidad humana, dependiente, que brinda cuidado y maltratada. Mientras que para el público en general: profesional, dependiente, que atiende a los paciente, humana y sacrificada. Las Representaciones Sociales Hegemónicas de este estudio son aquellas que se repiten en los tres grupos de participantes, la autora explica

que estas categorías se repiten debido a una estigmatización de la labor, su pasado histórico y por las mismas prácticas de la labor actual, Cornejo (2017) finaliza con resultados obtenidos mediante “Escala Diferencial Semántico: la profesión de enfermería es valiosa e importante pero que es poco valorada e dependiente. Los cuidados que brinda son eficientes, positivos, agradables y oportunos.” (p 162).

Bases teóricas

Pueden ser muchas la teorías psicológicas y sociales que analicen un problema latente en la sociedad, la teoría que esta investigación aplica se fundamenta en la formulación de una realidad social y la propia adaptación psicológica del individuo, que pasa a ser sujeto a un grupo y a un fenómeno social; con respecto a eso, el lenguaje y su expresión, junto con la conducta social son importantes pilares de la teoría de representaciones sociales.

Bases teóricas

Representaciones colectivas e individuales. Existe una dependencia entre las representaciones individuales de un sujeto y las representaciones colectivas del mismo, y es que, existe una asociación entre estas representaciones para que puedan exteriorizarse fuera de la conciencia individual. Para autores como Durkheim y Mauss hay determinantes que nos permiten clasificar y ordenar nuestro mundo; es la sociedad la que permite estas acciones, no el individuo; estas clasificaciones, también, son poseedoras de características propias de los hechos sociales: son externas a los individuos e impuestas a estos de manera coercitiva. Es así como se observa que los individuos que comparten una sociedad están sujetos a compartir la forma en como esta tiene establecidas sus clasificaciones, si sucede lo contrario la sociedad se opondría con resistencias a que estos miembros particulares se adhieran. El pensamiento humano está ordenado mediante categorías, con esta idea, Durkheim pretende explicar que estas categorías son previas a las experiencias ya que se sitúan externamente al individuo, las

describe como un producto histórico o un hecho social. La sociedad transmite conceptos para poder formar un pensamiento lógico el cual nos permite interactuar dentro de esta. Los conceptos compartidos por los miembros de una sociedad son impersonales y es mediante la conversación como se comparten y transmiten estos conceptos; el lenguaje usado en esta acción es resultado de una construcción colectiva y declara la forma en como la sociedad entiende los objetos de la experiencia. Los conceptos que se comparten en una lengua (que tienen cualidad de representación colectiva) van a añadir al aprendizaje empírico personal, la ilustración que la sociedad ha reunido a lo largo de su historia; de esta manera, pensar lógicamente es pensar de un modo impersonal (Vera, 2002).

Representaciones sociales y subjetividad. Las representaciones sociales se organizan desde un término socio-cognitivo, en el que aspectos como el conocimiento, las creencias y el sentido común se comparten. Dentro de la teoría de subjetividad el conocimiento es una concepción subjetiva poseedora de un sistema de información, pero también se acredita las formas simbólico-emocionales de vivir una experiencia particular. Mientras que, para la teoría de representaciones sociales la producción de conocimiento social se alberga en el individuo, vinculado a sus prácticas sociales comunes y adaptándose en las mismas. Con respecto a las emociones, estas denominadas emociones-colectivas se adhieren a la construcción social del pensamiento de las representaciones. Para la subjetividad las emociones están asociadas a sentidos subjetivos y no son elementos aislados (Gonzales, 2008). Con esta primicia es posible anexar a las representaciones sociales, que al ser una construcción humana, las emociones les son inseparables. Al respecto, Gonzales (2008) menciona que la expresión emocional es más simbólica y de compleja definición dentro lenguaje cotidiano de las personas.

Marco Epistemológico

Para estudiar un fenómeno social mediante la teoría de las representaciones sociales es necesario plantear la epistemología basada para la construcción del conocimiento y para la producción de la información recaudada, así como su planteamiento social. Primero hay que entender que esta teoría enlaza los razonamientos que conforman de la interacción social, separándolos de la psicología cognitiva (Castorina, 2016). Moscovici (1992) presenta la formulación representaciones sociales de un objeto mediante la relación comunicativa entre el sujeto y el grupo, en un contexto social y temporal (Citado en Castorina, 2016).

Para centrar los estudios de representaciones sociales se analizan los procesos y estructuras de organización de las representaciones indistintamente de su significado. También, se profundiza en las formulaciones cognitivas que identifican las estructuras representacionales junto con los elementos de constitución funcional y dimensional (Araya, 2002).

Aproximación teórica de las representaciones sociales. Los siguientes autores construyen el concepto posterior a la teoría de Moscovici, la cual se profundiza más adelante en esta investigación. Para Durkheim las representaciones sociales tienen que ver con el conocimiento social, y por lo tanto, con el pensamiento lógico; los sujetos sociales clasificamos mediante un orden, esto es, mediante una organización, jerarquización y oposición de las ideas. Ejemplo. Profano/sagrado, femenino/masculino (Moreno, 2015). Las clasificaciones sirven para ordenar el mundo, actualizar costumbres y establecer “nociones de orientación” como tiempo y espacio (Vera, 2002). Estas representaciones están sobreañadidas en la colectividad o el pensamiento social dentro de un grupo.

La representación social está ubicada entre lo social y lo psicológico. Primero existe una correspondencia a como los sujetos sociales, aprenden sucesos cotidianos, características

ambientales, información propagada en este espacio. Este conocimiento es espontáneo, y también se le menciona como conocimiento de sentido común, o pensamiento natural por oposición al pensamiento científico. Está construido por las experiencias, información, conocimientos y modelos de pensamiento que se transmiten y reciben a través de la comunicación, tradición y educación (Jodelet, 1984). Se interpreta entonces que este conocimiento es elaborado socialmente y compartido en el medio en el que interactúa el sujeto, a su vez, busca explicar el entorno y poder comprender los hechos que suceden en el universo alrededor.

Mediante el lenguaje se materializa y concretan como reales las representaciones sociales. Son utilizados conceptos que se preservan en el tiempo y se transmiten generacionalmente, para así poder agregar a nuestro lenguaje significados y experiencias. Se transforman los conceptos en instrumentos con el motivo de hacer una interpretación y deducción del mundo y la realidad. Debido a esto, el instrumento esencial para que las ideas se concreten es el lenguaje (Slapak y Grigoravicius, 2007).

Desde la perspectiva de Gonzales (2008) las representaciones sociales se desarrollan relativas a las prácticas sociales, saberes y sistemas de comportamiento. Son características fundamentales de la cultura y se objetivan dentro de esta mediante las normas, códigos, distribuciones urbanas. Se expresan en la cultura y construyen el mundo de los que habitan en ella.

Modelo de Serge Moscovici

Introducción al concepto. Moscovici en la comprensión de las representaciones sociales llega a entenderlas como un grupo de fenómenos de categoría psicológica y social a las que la sociedad las denomina como ciencia, ideologías o mitos; luego apoyándose en la idea previa genera una analogía que ayuda a comprender a las representaciones sociales: Para el hombre

primitivo el mito es la filosofía en la que se interpreta su vida y la relación con su entorno, para el hombre moderno es la representación social un medio que le sirve para interpretar e interactuar en su mundo (Moscovici, 1979).

El mismo autor hace mención que:

“...la representación es un corpus organizado de conocimiento y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una realidad cotidiana de intercambios...” (Moscovici, 1979 p. 18). No es sólo mediante el diálogo que se forman las representaciones sociales, también, provienen de observaciones y el análisis de estas observaciones permite a los sujetos sociales asimilar nociones y el lenguaje, finalmente se generan conclusiones (Moscovici, 1979 p. 30).

Las representaciones sociales preparan al sujeto para la acción y la interacción con su entorno, no sólo orientando el comportamiento, a su vez, reconstituye y remodela elementos del medio en el que comportamiento tiene lugar; este comportamiento se integra en la red de relaciones donde está ligado al objeto representado. También, suministra nociones, teorías y observaciones que generan relaciones eficientes. Este proceso activa y concede un sentido a las representaciones en el desarrollo de las relaciones entre personas o grupos. Estas representaciones son un compuesto dinámico por la producción de conocimientos, comportamientos y de relaciones con su medio. En síntesis, se ven sistemas de una lógica y lenguaje propio; cuentan con un diseño de participaciones que se refieren a valores como a conceptos y un estilo de discurso particular. En palabras de Serge Moscovici (1979) “No los consideramos opiniones sobre o imágenes de, sino teorías de las ciencias colectivas sui generis, destinadas a interpretar y a construir lo real.”(p.31). Continúa él mismo, para la teoría no se debe confundir la opinión e imagen como representaciones sociales, la opinión es considerada como predicativa ya que con lo que diga el sujeto se puede deducir su

accionar, asimismo el concepto de imagen como, el reflejo interno de la realidad exterior no son en su totalidad la representación social de un sujeto, sin embargo, van a formar parte cuando esta se genere. (p 31)

No existe un espacio de separación entre el universo exterior y el interior de un sujeto ya que el objeto de representación es activo diseñado por la persona y la colectividad para dar continuidad y ampliar los comportamientos. Las representaciones adjuntas al objeto contienen temas, razonamientos, que conforman una unidad y se suministran en zonas de existencia y de actividades particulares (En esta investigación “Consumo de sustancias psicoactivas” es el objeto social de análisis). En el curso de esta práctica, la sociedad se puebla de seres, el comportamiento se abastece de significados, los conceptos se concretan y objetivan, enriqueciendo la textura de lo que realidad es para cada individuo (Moscovici, 1979).

Dimensiones de la representación social. El autor Moscovici (1979), para describir la dimensión que tiene la representación dentro de los grupos sociales, escalona a la representación como un compuesto de propuestas, respuestas y valoraciones que se emiten en el momento de la encuesta o conversación dentro de un colectivo, esta cohesión está organizada y varía en cada clase, cultura, grupo; nombrados por el autor como universos de opinión. Cada uno de estos universos según la teoría cuenta con tres dimensiones: la información, el campo de representación y actitud (p45).

La información es considerada como dimensión de la representación, sin embargo, se le considera también como concepto. Está descrita con el saber organizado de un grupo en relación a un objeto social (Moscovici, 1979). Asimismo Henao (2010) aporta a la idea sobre dimensión información como el conjunto de conocimientos que un grupo ha adquirido sobre

fenómenos de naturaleza social; esta gran cantidad de datos está formada por las explicaciones sobre la realidad que los individuos comparten en sus relaciones cotidianas.

La dimensión del campo de representación nos envía la concepción de la imagen de la jerarquía de los elementos que la componen y de la matriz social en la que se ubica; su contenido es específico, sin embargo, limitado a las propuestas, juicios, confirmaciones de un área específica del objeto de la representación (Moscovici, 1979).

El campo de representación, es el contenido de la representación presentado de forma jerarquizada y que no es constante dentro del grupo, sino que varía; dentro de este espacio las características cualitativas e imaginativas del fenómeno social se visualizan (Heno, 2010).

Para Moscovici (1979), al analizar la actitud se exhibe la correspondencia que existe entre la posición que toma el sujeto y el objeto de la representación. Se puede comprender que la actitud es la ubicación y la transformación de individuo a sujeto de una representación, ya que ahora este aparece dentro de la representación posicionándose e interactuando acorde a la misma (p47).

La actitud es la orientación que se toma en relación con el objeto de la representación, incluye aspectos facticos y conductuales de la representación, su implicancia influye en el comportamiento y la motivación (Heno, 2010). Tan sólo después de tener una posición frente a una representación social es cuando uno está informado y representado en la misma (Moscovici, 1979 citado en Heno, 2010). Por otra parte, Slapak y Grigoravocius (2007) indican que, se constituyen las representaciones sociales alrededor de valores que comparte una sociedad, estos valores son jerarquizados y condicionan el lugar donde se sitúa el objeto representado y evaluado, dotando al objeto de un sentido particular.

Dinámica de la representación social. Según Slapak y Grigoravicius (2007) las representaciones sociales tienen una función importante en la percepción de los procesos, a

través de los cuales, los grupos sociales desarrollan categorías pertinentes para la interpretación de la realidad. A su vez, describen una forma de consciencia social que se construye durante la interacción social mediante experiencias, vivencias y modelos de pensamiento que son recibidos y transmitidos a través de la tradición, educación y construcción social. También las representaciones sociales intentan comprender, explicar y dar sentido al entorno que nos rodea; influyen al individuo a adoptar posiciones determinadas, en relación a situaciones, circunstancias, objetos y comunicaciones, mediante las cuales son organizadas las prácticas sociales. No es simplemente un conocimiento teórico, también involucra una dimensión práctica, esto se da debido a que los sujetos van a percibir una realidad, la cual influye en el comportamiento que deciden adoptar para manejarse en aquel contexto. El entorno social simbólico que estructura la realidad y en el que habitan individuos y grupos, es formado por representaciones sociales, que son compartidas, construidas y reconstruidas mediante las prácticas y actividades de las personas.

Para la teoría de Moscovici las representaciones sociales son generadas por dos procesos; la objetivación y el anclaje, estos procesos esclarecen los medios en que un grupo social diseña sus conocimientos y cómo estos transforman la dimensión social en la que conviven y se relacionan.

La objetivación. Moscovici (1979) "...la objetivación lleva a hacer real un esquema conceptual, a duplicar una imagen con una contrapartida material."(p.75).

Es un proceso socio-cognitivo que rediseña lo abstracto en concreto donde la palabra tiene gran importancia ya que comienzan a acoplarse a las estructuras materiales o reales, en otras palabras darle significado a los significantes (Moscovici, 1979). Un individuo está en proceso de objetivar cuando trae para sí mismo conceptos y significados los cuales debe materializar sustituyendo sus ideas y producciones intelectuales e imaginarias por el reflejo de lo que

sucede en el exterior a este individuo. Cuando uno va a objetivar contenido científico deja de estar orientado paralelamente con el mismo y los transforma en grupos que manipula a su antojo, se describe cómo transformar el universo desconocido en familiar, establecer una relación con el objeto para luego indirectamente apropiarlo o desecharlo, estos son actos generadores de cultura. La objetivación tiene referencias del concepto “Reification”, cuya traducción más apropiada es la de “Reconceptualización”: que se refiere a la construcción de ideas a cosas localizadas fuera de la mente individual, que están remitidas a la lógica y al sentido común (Rose, 1962 citado en Moscovici 1979).

En resumen existen dos impulsos para la objetivación. El primero es una actividad imaginaria que trae elementos objetivos del objeto social al plano cognoscitivo dando nuevos roles funcionales y situacionales a estos elementos. El segundo es la actividad de clasificar los aspectos que rodean el objeto tratando de adaptarlo al orden ya existente; esta clasificación menciona el autor, responde a una necesidad psicológica donde se limita la circulación de elementos para que el individuo pueda orientarse y decidir cuales tienen el acceso a la objetivación (Moscovici, 1979).

Para Jodelet (1984) la objetivación tiene 3 fases:

Primero se encuentra la selección y descontextualización de los elementos. En esta fase los sujetos sociales separan la información de su aspecto científico y del grupo de personas que han diseñado esta información, así mismo, se apropian de esta información proyectándola en su universo para finalmente conseguir dominarla.

Seguido está la fase de formación de un núcleo figurativo. Es la posición que toma el sujeto frente a la información, fenómeno o problema; coordinando los elementos implicados y haciéndolos combatibles con el previo conocimiento que ya tiene, generando así una imagen no aislada, sino, relacionada ya a todo lo que ha experimentado el sujeto.

).

Finalmente se llega a la fase de Naturalización. Aquí los elementos que componen la información toman naturalidad en los sujetos, formando parte de su realidad y de su pensamiento. Una vez adquirido integra los elementos de la ciencia al sentido común. En la objetivación el sujeto incluye la selección y separación de los elementos del objeto que se quiere representar para poder formar una imagen figurativa consistente entregando una alegoría que se pueda identificar; analizando esta objetivación el objeto de representación tiene una correspondencia con los parámetros de la sociedad (Henaó, 2010).

La objetivación es el concepto usado para explicar cómo las representaciones sociales se hacen reales y concretas, adquiriendo un estado ontológico. También es el proceso por el cual las ideas se materializan y toman formas visibles. Durante este proceso son seleccionados y descontextualizados elementos de la realidad, sólo se mantienen aquellos que concuerdan con delimitados sistemas de valores o intereses para el grupo social (Slapak y Grigoravicius, 2007)

El anclaje. “El anclaje designa la inserción de una ciencia en la jerarquía de los valores y entre las operaciones realizadas por la sociedad” (p. 121). Y es que, el mismo autor explica que el anclaje es un proceso durante el cual el grupo social o la sociedad convierte el objeto social en un mecanismo o una herramienta la cual dispone, y es aquí donde este objeto social se instala entre la jerarquía de prioridades de las relaciones sociales (Moscovici, 1979).

Por su parte Henaó (2010) hace mención “Con el anclaje la representación social se une con el marco de referencia de la colectividad y es un instrumento útil para interpretar la realidad y actuar sobre ella.” (p. 73). El anclaje toma la representación y todos los elementos de esta que ya han sido moderados por el sujeto y le delimitan el actuar dentro de un grupo o fenómeno social. La forma como uno diseña e interactúa con sus relaciones interpersonales se evidencian gracias al anclaje.

El proceso de anclaje está encargado de enraizar el aspecto social de la representación y de su objeto, el sujeto aquí le confiere a las representaciones sociales un significado y una utilidad. Los nuevos conceptos son insertados en un pensamiento ya constituido (Jodelet, 1984). También, en el proceso de anclaje, las representaciones sociales son integradas a un pensamiento social preexistente, y de cierta manera modificándolo. Y es que, al ser producido el anclaje en el pensamiento social, se genera un mecanismo válido en la comprensión e interpretación de la realidad, formando un escenario de referencias que influye y orienta el comportamiento de los individuos (Zubieta, 1997).

La comprensión de los términos que hacen referencia a ciertos sectores de la realidad y sus significados, es útil para conocer y comprender las concepciones que posee sobre dicha realidad. Las acciones como: nombrar, definir y clasificar no son acciones aisladas, son un molde de significados, que sitúan al objeto en cierta posición (Berger y Luckymann, 1997).

Fenomenología. El espacio de exploración de la fenomenología está en la búsqueda por fundamentar la ciencia desde aspectos que han sido insuficientemente tratados, pero cuya significancia trasciende, como: condiciones estructurales de la conciencia, relaciones estructurales entre objetos y sujetos cognoscentes o la percepción durante el proceso de aprendizaje. (Aguirre-García y Jaramillo-Echeverri, 2012). Los mismos autores fomentan el uso del método fenomenológico en la contribución para comprender vivencias y profundizando en la investigación de ciencias sociales. El ahondar en las relaciones estructurales entre el consumo de sustancias con los sujetos participantes basándose en la teoría de representaciones sociales fundamenta el enfoque fenomenológico de la presente investigación.

Objeto o Fenómeno Social: Consumo de Sustancias Psicoactivas

Para Segura y Cáliz (2015) el uso de drogas es un fenómeno social que presenta un factor singular en donde se encuentran las características del sujeto consumidor y la relación con la sustancia psicoactiva; señalan también que existe un plano particular en donde se genera el consumo, esta área incluye las condiciones de vida en las que el sujeto interactúa y del micro tráfico de sustancias en el entorno.

El presente trabajo sostiene que el fenómeno social de consumo de sustancias durante la adolescencia y en el contexto socio escolar, es un fenómeno cualidades psicológicas y sociales en las cuales se necesita focalizar y ahondar.

Definición del concepto: sustancia psicoactiva Las definiciones para el término sustancia psicoactiva, droga, drogas de síntesis, de diseño o drogas de abuso, son variadas de acuerdo al autor, campo de investigación e incluso, culturalmente su concepto es particular según el grupo social que las use o consuma. El término droga se presenta con anterioridad en esta investigación en los indicadores y fue extraído de la Organización Mundial de la Salud (OMS) (1994) debido a los fines investigativos de este trabajo. Sin embargo, las presentes definiciones son usadas por autores que también se aproximan al tipo de estudio y la realidad local en la que se realiza esta investigación, ya que es necesario ampliar el concepto más allá del modelo clínico.

A finales del siglo XX el uso de drogas continuaba en aumento, sin embargo nuevos términos comenzaron a generarse para referirse a esta problemática, algunos más sociopolíticos que farmacológicos; con el incremento en la demanda y los diferentes tipos de consumo que existen en cada cultura, se fue siendo más precavido en darle una definición precisa a este grupo de drogas de síntesis que estaban aflorando. Gamela y Álvarez (1997) señalan que las drogas generadas por manipulación de vegetales o minerales puede

remontarse a la síntesis de la morfina (Sertuner, 1803), cocaína (Niemann, 1860) o dietilamida de ácido lisérgico LSD (Hofmann, 1938). Con la llegada de esta innovación farmacológica, legal o clandestina, que transformó la psicoterapia para psicólogos, psiquiatras y médicos, afectó también a la población otorgando un inventario muy amplio con el que pueden satisfacer, alterar y afectar su vida. Así mismo, el autor explica que las nuevas drogas que emergen en el mercado no sólo buscan sustituir aquellos psicofármacos controlados, también, en su objetivo está saciar a las nuevas demandas que se presenten las cuales están acomodadas de forma diferente en cada cultura.

Romaní (1999) desde una visión antropológica menciona:

“(…) las distintas sociedades humanas han conocido y utilizado, desde sus inicios y hasta la actualidad muy distintos productos para estimularse, sedarse, paliar el dolor, alternar socialmente, experimentar sensaciones placenteras, para alterar su estado de ánimo, alucinar, acceder a algunas formas de conocimiento distintas a las habituales, etc. (...)” (p. 53). Es así como, el autor acaba definiendo a las drogas como sustancias químicas que consumidas por el usuario modifican funciones en su organismo, además sus efectos, y usos son limitados por conceptos sociales, económicos y culturales los cuales son producto de los mismos grupos que las consumen. El mismo autor nos hace presente que este concepto está influenciado por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1994); es así que, también nos entrega una concepción aún más profunda donde menciona que la droga integra un metalenguaje en el cual se expresa y se comunica, a partir de niveles personales, individuales y grupales, de forma evidente aspectos complicados, contradictorios y conflictivos que tienen relación con los cambios que existen en nuestra sociedad.

Los autores Schultes y Hofmann (2000) Denominan a las sustancias tóxicas o psicoactivas aquellas que se ingieren con un propósito no alimenticio, generando un efecto biodinámico en

el consumidor. A su vez, pueden originar alteraciones profundas en la percepción de la realidad o sensaciones de despersonalización. Continúan los autores, en estas experiencias la cotidianidad puede carecer de carácter simbólico o asumir otras cargas de significado. Estos cambios de estado temporales son sensaciones aisladas de las experiencias ordinarias del individuo.

En los trabajos investigativos del consumo de sustancias la terminología que se usa es de mucha consideración, ya que existe multiplicidad de orientaciones que pueden connotar Slapak y Grigoravicius (2007), es así como estos autores para apartar y no contaminar su terminología con estereotipos asociados a otras definiciones, usan el término drogas para referirse a aquellas sustancias legales o ilegales que una vez que han sido incluidas en el organismo, van a actuar de manera directa o indirecta sobre el sistema nervioso central, generando variaciones en la actividad mental, como alteraciones en la percepción del comportamiento, la conducta o el estado de anímico. A su vez; nos mencionan que la construcción de las categorías por ejemplo: drogas legales y drogas ilegales, y otros términos con los que se suele referirse y categorizar a las sustancias psicoactivas, es una evidencia de aquellos mecanismos de desarrollo de las representaciones sociales: objetivación y anclaje, que dan una interpretación a la realidad de sujeto.

Un concepto usado para la prevención y educación dentro del ámbito local lo presenta el Centro de Información y Educación para la Prevención y Abuso de Drogas (CEDRO) (2018), esta institución indica que se entiende mejor al usar el término droga de abuso para definir a las sustancias auto administradas de uso no médico que tienen efectos psicoactivos induciendo a alteraciones en la percepción, estado anímico, comportamiento y conciencia.

En definitiva, podemos entender a las sustancias psicoactivas o drogas como una composición química presente en un mercado social donde existe oferta y demanda; es

adquirida de manera legal o ilegal, cuyo consumo es auto administrado y consciente, donde el sujeto consumidor buscará una alteración o cambios en su organismo.

Clasificación de las sustancias psicoactivas. Clasificar y describir cada una de las sustancias psicoactivas o drogas que se conocen sería una tarea compleja y extensa, ahora bien el presente trabajo no comparte esa finalidad, al menos no en esta sección; no obstante se presenta las bases de aquellas clasificaciones que se consideran pertinentes al estudio junto con la perspectiva de sus autores.

El autor Becoña (2002) considera que existen variados criterios para clasificar a las drogas, en algunos casos es por su origen, por su estructura química, por el efecto farmacológico, por el medio socio cultural, etc.; sin lugar a dudas cada criterio obedece a diferentes contextos. Sin embargo, un aspecto importante que este autor trae en acotación es que clasificamos a las sustancias psicoactivas según vamos conociendo la relevancia que tienen en el sujeto o sociedad, hecho que se da conocer por los niveles de morbilidad que generan sus efectos y problemas que se desarrollan con su consumo.

Los autores Slapak y Grigoravicius (2007) entienden la complejidad de clasificar las sustancias psicoactivas por los métodos y modelos comúnmente usados; si nos referimos a las sustancias psicoactivas o drogas como elementos homogéneos, se configura, un compuesto de esquemas conceptuales, significados e ideas que generan una minimización y una estructura desordenada del fenómeno; lo cual impide que se reconozcan la gran cantidad de sustancias psicoactivas y sus innumerables efectos; se destacan ciertas características mientras que se omiten otras, lo cual da paso a confusiones. Cuando es este mecanismo es el que entra en acción, se le atribuyen cualidades que no corresponden al objeto social en sí; en el caso de las sustancias psicoactivas se las relaciona con un producto peligroso en sí mismo, de esta forma es como se hace adquisidora, de una entidad mística de condiciones

todopoderosas o un mal que debe ser erradicado ya que como tal corrompe a los individuos y a la sociedad. Del Olmo (1994), indica que hay ciertas sustancias que al modificar específicas funciones psicológicas, y que se vinculan a cierta moralidad; generan la percepción que estas sustancias se las ha clasificado como permitidas, inocuas e incluso positivas o en sustancias peligrosas y tóxicas según la legalidad a la que se rigen (Citado en Slapak y Grigoravicius, 2007).

En un contexto local el Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas considera cuatro criterios principales para clasificar las drogas: por origen, por forma de uso, por los efectos en el sistema nervioso central, por la valoración legal. A continuación se describe cada uno de estos criterios con sus respectivas categorías.

Por origen

Drogas naturales. Sustancias obtenidas directamente de la naturaleza con el propósito de consumo por sus efectos.

Drogas semi sintéticas. Se obtienen mediante síntesis parciales de sustancias naturales.

Drogas sintéticas. Sustancias químicas procesadas en laboratorios que pueden derivar de una combinación de sustancias o desechos.

Por formas de uso

Drogas sociales. Sustancias legales que se pueden comprar libremente, su producción está industrializada y sometida a normas tributarias específicas pudiendo incluso llegar a los medios como objeto de publicidad.

Drogas folclóricas. Adjudicadas a alguna cultura o práctica cultural como la hoja de coca, ayahuasca, etc.

Drogas terapéuticas. Sustancias legales como los medicamentos.

Drogas de abuso. Sustancias de uso no médico. Marihuana, cocaína y derivados, opioides, etc.

Drogas de uso industrial. Sustancias cuyo uso es orientado a la industria, sin embargo su inadecuada manipulación produce alteraciones en el organismo del consumidor encontramos a los pegamentos, gasolina, thinner o bencina.

Por su efecto en el sistema nervioso central (SNC)

Drogas estimulantes. Generan hiperactividad, verbosidad, mayor actividad mental y física debido al alza en la estimulación del SNC, aquí se incluyen sustancias como la cocaína y anfetaminas junto con sus derivados.

Drogas depresoras. Disminuyen la actividad del SNC ocasionando somnolencia y letargo en el pensamiento y los movimientos; a pesar de que popularmente se considere al alcohol como un activador por su relación con la actividad social, está demostrado que es una sustancia depresora del SNC.

Drogas alucinógenas. Modifican el funcionamiento normal del SNC distorsionando la percepción de la realidad y produciendo alucinaciones, cambios emocionales, alteraciones en la personalidad; una de las sustancias más conocidas es la dietilamida de ácido lisérgico conocido popularmente como LSD o gran variedad de hongos con propiedades alucinógenas.

Por valoración legal

Drogas legales. Tienen la distinción de ser lícitas y producción, venta y consumo se rige bajo normas del estado; en algunos casos su uso se ve promovido o publicitado en los medios, a pesar de los problemas sociales y de salud pública que orbitan en esta problemática. El alcohol, tabaco y fármacos son legales en nuestra realidad local.

Drogas ilegales. La producción, venta y consumo de estas sustancias son sancionados por ley, en muchos casos se las asocia con delincuencia y marginalidad. La cocaína, éxtasis, metanfetamina, LSD y marihuana son algunas de las sustancias ilícitas en el Perú.

La Comisión Global de Política de Drogas (2019) revela que hay más de 300 sustancias psicoactivas que están clasificadas en las listas de las 3 convenciones mundiales que se realizaron sobre el tema.

Convención única de 1961 sobre Estupefacientes

Lista I. Sustancias muy adictivas y de probable uso indebido, y precursores que pueden tornarse adictivos como el cannabis, opio, heroína, metadona, cocaína, oxícodona.

Lista II. Sustancias menos adictiva y de menor probabilidad de usos indebidos.

Lista III. Mezclas con baja cantidad de estupefacientes, poca probabilidad de uso indebido y cantidades permitidas fiscalizadas.

Lista IV. Determinados estupefacientes de la lista I con nulo o escaso valor terapéutico.

Convenio sobre Sustancias Sicotrópicas de 1971

Lista I. Sustancias o drogas de alto riesgo ya que amenazan a la salud pública y no cuentan con valor terapéutico, como LSD, MDMA, etc.

Lista II. Presentan un riesgo de uso indebido y son amenazas para la salud pública con bajos valores medicinales. Anfetaminas o dronabinol por ejemplo.

Lista III. Estas sustancias cuentan con un riesgo de uso indebido por ciertos consumidores, sin embargo, tienen un valor médico y terapéutico moderado; encontramos a los barbitúricos o buprenorfina.

Lista IV. Sustancias que presentan riesgo de ser usadas indebidamente y amenazan la salud pública, por otra parte su valor medicinal es alto, los tranquilizantes como el diazepam son un ejemplo.

Convención contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas de 1988

Cuadro I. Materias previas a la preparación de sustancias psicoactivas como: efedrina, piperonal, safrol, ácido fenilacetico, ácido lisérgico y otros reactivos para la síntesis y extracción de drogas.

Cuadro II. Un rango de reactivos y disolventes cuyo uso puede estar relacionado con la producción clandestina de sustancias, no obstante, estos reactivos también tienen usos industriales lícitos como: acetona, éter, tolueno, ácido sulfúrico, etc.

Como se puede observar, no solo la sociedad se encontraba con cambios constantes, sino también, las convenciones para hablar, definir, clasificar y actuar sobre la problemática de las drogas, ha cambiado y desarrollado sus clasificaciones según fueron encontrando la prevalencia de sustancias, tipos de uso y las diversas categorías que permitirían clasificarlas.

Es de gran importancia resaltar cómo funcionan estas listas en un contexto nacional, cabe señalar que los convenios y publicaciones de entidades globales tienen gran influencia en las legislaciones de países como el nuestro. Siendo este el caso en el Perú es el Ministerio de Salud, y más específicamente la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID), son las entidades que han presentado la normativa y clasificado las sustancias psicoactivas. Fue en el gobierno del, Presidente Constitucional Valentín Paniagua Corazao en el que se acepta y se firma el Decreto Supremo N° 023-2001-SA; en este documento se señala que queda prohibida la producción, fabricación, exportación, importación, comercio y uso de las sustancias de la Lista I A y I B. Listados muy extensos y cuyas nomenclaturas no serían pertinentes para esta investigación.

Para concluir esta sección no se debe dejar de mencionar la versión actualizada del Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM V), el cual considera 10 tipos diferentes de drogas cuyo uso engloba Trastornos relacionados con sustancias y adicción, estas son: alcohol, cafeína, cannabis, alucinógenos (diferentes categorías), inhalantes, opiáceos, sedantes, hipnóticos y ansiolíticos, estimulantes (diferentes categorías), tabaco, y otras sustancias. Menciona en el DSM V: “Todas las drogas que se consumen en exceso producen una activación directa general del sistema de recompensa cerebral, que está implicado en el refuerzo comportamental y en la producción de recuerdos.” (p. 481). La activación que se da en el sistema de recompensa al ingerirse una sustancia puede llegar a ser tan aguda que el individuo consumidor no es capaz de realizar sus actividades normales. Se le atribuye al condicionamiento clásico cuando existen deseos intensos por consumir alguna droga, esto se da debido a la relación en la activación que se da en las estructuras del sistema de recompensa al momento del consumo (Asociación Americana de Psiquiatría [APA], 2014).

Perfil de identidad del consumidor. Las construcciones sociales existentes, vinculadas con los individuos que consumen determinadas sustancias, se expresan y se comprenden socialmente como adicción, cualquiera sea la sustancia, frecuencia de uso o dosis ingerida. Se deja de considerar la personalidad, características socioeconómicas y sociodemográficas, ni las circunstancias culturales o de consumo; esto genera una minimización del complicado problema del uso de sustancias, ya que cada sustancia ejerce diferentes efectos según el usuario, la dosis, personalidad, contexto sociocultural, expectativas o calidad de la sustancia. (La Flura, 1993 citado en Slapak y Grigoravicius, 2007). Los mismos autores indican que maximizar ciertos atributos y simplificar otros relacionados con la situación de consumo no permite atender a situaciones menos graves pero de igual interés social como el uso

recreativo, intoxicaciones agudas y peligrosas o inicios prematuros de consumo. Siendo este el caso, se debe conocer qué características se presentan más en aquellos sujetos consumidores; diferentes autores han identificado perfiles de identidad, de consumo, de usuario y de personalidad que son importantes aportaciones para el conocimiento, prevención y acciones frente al constructo social: consumo de sustancias psicoactivas.

Por otra parte, existen cualidades de la persona como la búsqueda de placer, curiosidad relacionada con la moda o sensaciones que los amigos comparten verbalmente, conductas de escape a problemas personales, familiares, y dificultades para controlar el estrés y la frustración; cabe resaltar que existe un importante incremento en la motivación de búsqueda de placer, recreación y presión social a diferencia de las razones comúnmente atribuidas al consumo de sustancias como las situaciones de salud o desajuste de la personalidad (Megías, Comas Arnau, Elzo Imaz, Navarro Botella, Romaní, 2000 citado en Henao, 2010).

Citando a la Asociación Americana de Psiquiatría (2014) en el DSM V:

(...) Los individuos con menores niveles de autocontrol, que reflejan disfunciones en los mecanismos de inhibición cerebral, están más predispuestos a desarrollar trastornos por consumo de sustancias, (...) se pueden evidenciar las raíces de estos trastornos a través de los comportamientos que se instauran con bastante anterioridad al propio consumo de la sustancias. (p. 481). A eso conoceremos como el perfil de identidad del consumidor.

Fantin (2006) Identifica determinadas características de personalidad, de adolescentes, que tienden a influir en el consumo o predisponer de esta clase de conductas; las relaciones tóxicas, poco control de los impulsos, conflictos de ambivalencia entre la obediencia, el negativismo agresivo frente a no obtener lo que es deseado, indiferencia o apatía social, conductas opositoras frente a la figura de los padres o autoridad, son ciertos atributos

identificados en adolescentes consumidores y que refuerzan las conductas de ingesta de drogas.

Por otra parte, Robert (2013) Considera que se deben tener en cuenta factores biológicos, sociales y de personalidad, para poder exponer a la idiosincrasia del consumo de sustancias en adolescentes y también, para poder dar solución a las diferentes situaciones que genere esta problemática. El uso prematuro de drogas se le relaciona con factores asociados a la búsqueda de sensaciones y desesperanza, existe también la prevalencia en el desarrollo de límites junto con factores antisociales, así mismo, las experiencias de vida desfavorables o traumáticas.

Los autores Valderrama, Sánchez, Cárcamo y Mazo (2016) en un estudio de enfoque fenomenológico reconoce que en casos severos, la percepción de un consumidor sobre su problema junto con sus consecuencias, puede normalizarse, adaptando para sí delirios de persecución o conductas agresivas; de manera semejante, estos sujetos pueden presentar una serie de dificultades biopsicosociales como problemas respiratorios, desnutrición o la omisión del autocuidado; otro aspecto importante son las representaciones discursivas que usan estos sujetos en donde se demuestra un valor personal negativo, nulas expresión de posesión o poseer algo, y carente identificación con el núcleo familiar, sin embargo, no han perdido su sentido de pertenencia a la sociedad, no obstante identifican que esta los excluye y los cataloga de forma nociva; otras características atribuibles a la persona de consumo problemático es que ha perdido la motivación para el cambio y no consideran retomar otro estilo de vida.

Tipología de consumo. Se conoce como tipología de consumo a los signos que presenta un individuo en cuanto uso, abuso y dependencia, estableciendo un tipo de relación con la sustancia a la cual incurre (Segura y Cáliz, 2015). Estos autores toman las siguientes

consideraciones para definir una forma de tipología de consumo: Consumidor experimental es aquel individuo que prueba alguna sustancia y toma la decisión de no repetir aquella conducta. El recreativo, el consumo es entre círculo social es regular y en circunstancias de ocio. Asimismo, el consumidor no considera el uso de drogas como un método para librarse de cargas emocionales o estresantes. También, ocupa su tiempo libre en actividades donde no se presencia el uso de sustancia. En el consumidor habitual, existe una recurrencia constante a la sustancia debido a que esta toma un rol distinguido en su vida. En el consumidor compulsivo los signos de dependencia son comunes, para la persona y su círculo social. También, existe un estilo de vida que prioriza el consumo de sustancias. Por su parte, el consumidor problemático padece problemas en la salud física y psicosocial. Por último, el consumidor expendedor comercializa sustancias psicoactivas ilícitas, y puede financiar su propio consumo, comparte las categorías de problemático y de dependencia antes expuestas.

La Asociación Americana de Psiquiatría (2014) considera dividir en dos grupos los trastornos relacionados con sustancias: trastornos por consumo de sustancias y trastornos inducidos por sustancias. Se describirá las características presentadas en estos trastornos ya que es necesario considerar las bases clínicas actuales para los diagnósticos de esta problemática.

Trastornos por consumo de sustancias

Una de las características más presentadas en el trastorno por consumo de sustancias es la relación que existe entre síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos que se reflejan en la continuidad del consumo de cierta sustancia considerando que ya existen problemas significativos gracias a dicha sustancia. El diagnóstico tiene bases en los patrones patológicos de comportamiento que se relacionan con el consumo de sustancias, primero usa un criterio A donde se engloba el control deficitario, deterioro social, consumo de riesgo y farmacológicos

Asociación Americana de Psiquiatría (2014). Dentro de este grupo “A” se usan otros 11 criterios reflejados en los consumos problemáticos.

Control deficitario. El individuo tiene un consumo de grandes cantidades de sustancia, esta acción le cuesta más tiempo de lo previsto (Criterio 1). Existen deseos de dejar el consumo o regularlo, también hay diversos esfuerzos fallidos de llevarlo bajo control (Criterio 2). Gran parte del tiempo el sujeto busca abastecerse de la sustancia, consumiéndola o recuperándose de su intoxicación, también, las actividades diarias orbitan en torno a la sustancia o consumo (Criterio 3). Se presentan intensos deseos de consumir con urgencia y ansia (Criterio 4).

Deterioro social. Debo a un consumo constante de sustancias existe incumplimiento en el rendimiento en ámbitos académicos, laborales o domésticos (Criterio 5). Continuidad de consumo a pesar de tener problemas constantes en el círculo social o interpersonal generados o empeorados por los efectos del consumo (Criterio 6). Presenta reducción o abandono de importantes actividades sociales, ocupacionales, recreativas o familiares debido al consumo (Criterio 7).

Consumo de riesgo de la sustancia. El consumo de la sustancia es recurrente y provoca un riesgo físico a la salud del consumidor (Criterio 8). El consumo es continuo a pesar de padecer un problema físico o psicológico que exacerba por dicho consumo (Criterio 9).

Farmacológicos (Criterios 10 y 11). La tolerancia es el incremento significativo de las dosis de consumo para poder obtener los efectos deseados, o una reducción de los efectos intoxicantes cuando se ingiere la dosis habitualmente consumida (Criterio 10). La abstinencia es un síndrome, se dan en momentos donde las concentraciones de la sustancia disminuyen en la sangre o tejidos de un consumidor prolongado, es posible que el consumo de la sustancia ayude a minimizar los efectos de abstinencia de la misma (Criterio 11).

Trastornos inducidos por sustancias

Es una categoría general que abarca la intoxicación, la abstinencia y otros trastornos mentales inducidos por sustancias o medicamentos.

Intoxicación y abstinencia de una sustancia: Se usan 4 criterios, el primero se refiere a presentar un síndrome específico y reversible debido a la ingesta reciente de la sustancia (Criterio A). Se presentan significativos cambios problemáticos a nivel psicológico o de comportamiento, que están relacionados a la intoxicación, también se refiere a los efectos fisiológicos sobre el sistema nervioso central después o durante el consumo (Criterio B). Se experimenta un malestar o un deterioro clínicamente significativo en áreas importantes del funcionamiento (Criterio C). Síntomas que no son pertenecen ni se relacionan a otra afección médica y no se describen mejor por otro trastorno mental (Criterio D).

Trastornos mentales inducidos por sustancias/medicamentos

Son 5 los criterios usados, primero se presentan alteraciones clínicas en forma de síntomas asociados a un trastorno mental (Criterio A). Se han padecido los síntomas durante o en el primer mes tras el consumo o abstinencia de la sustancia o medicamento; esta sustancia o medicamento puede producir ese trastorno (Criterio B). La alteración no se describe mejor por un trastorno mental que sea independiente (Criterio C). El trastorno no se demuestra exclusivamente durante el proceso de un delirium (Criterio D). La alteración produce malestar o deterioro clínico en áreas importantes del funcionamiento (Criterio E).

Cultura de consumo. El autor Miguez (1988) citado ya en este trabajo considera que el medio ambiente tiene un papel importante y particular en el uso inapropiado de sustancias psicoactivas, hace mención a las normas sociales y creencias populares que fijan los límites de la tolerancia social diferenciando los consumos anómalos de los normales y tomando un

conjunto de actitudes peculiares de cada cultura que van a definir, también, incluyen la manera de intervención en caso de un consumo atípico de alguna sustancia psicoactiva.

Con lo propuesto anteriormente Segura y Cáliz (2015) afirman que la producción, distribución y consumo de sustancias son una problemática social que surge dependiendo del contexto político, económico y cultural del país que experimenta esta situación. El mismo autor alude que ciertas condiciones de vida y sobre todo prácticas culturales que circulan dentro de los conceptos de ocio y recreación de los jóvenes van a facilitar que usen o no sustancias psicoactivas. Calafat (2007) menciona que debido a una poderosa presión económica y cultural que lleva a los adolescentes a adoptar estilos de vida evasivos, se generan hábitos de consumo de ciertas sustancias. Sin embargo, son las grandes fábricas y empresas de alcohol, junto con la industria del entretenimiento, las que crean un imaginario social que influencia a los jóvenes y adolescentes en cómo divertirse y con qué divertirse (Citado en Segura y Cáliz, 2015). Con respecto a lo mencionado Valera (2007) resalta diferencias entre los consumidores habituales dependientes, con los experimentales recreativos. Esta diferencia radica en el control que tienen las normas sociales sobre los usuarios de estas sustancias. Dar un valor negativo hacia el consumo, pasar vergüenzas, tener un comportamiento antisocial, involucrarse en situaciones de peligro y generar una adicción; condicionan de manera importante el consumo de drogas y aumenta la capacidad de autocontrol y regulación (Citado en Segura y Cáliz, 2015).

En relación con lo anterior Saffer (2000) menciona a la Brewers Association of Canada (BAC) (1997), la cultura de consumo de alcohol de algún país se define por la intención asociada a su consumo. Acompañar ciertas comidas con alcohol, eventos tradicionales, reuniones sociales cuya intención no sea la intoxicación pero sí el aspecto social de compartir alcohol. También el consumo de bebidas alcohólicas donde existe la intención de intoxicarse,

existen bebidas cuyo consumo va más asociado a esta práctica. Sin embargo, no sólo es posible conocer la cultura de consumo mediante las prácticas sociales asociadas a su consumo; también existen porcentajes y estadísticas que varían en cada país y que permiten conocer el consumo de alcohol en litros.

La realidad que se formula de manera social, los métodos en que los individuos generan conocimiento son influenciados por los contextos sociales en el que se encuentren inmersos; de este punto se conjetura que la realidad cambia según la sociedad en la que se habita. Se concibe como un problema al consumo de sustancias, esto se da debido a un proceso de construcción social, que ha sido encauzado más por la percepción del problema, que por datos obtenidos de la realidad. Las representaciones sociales que se tiene respecto de las drogas y el consumo de las mismas, varía dependiendo de las condiciones socio históricas, y responden a determinantes morales, políticos y económicos, más que condiciones epidemiológicas y sanitarias. Por otra parte, los discursos y trabajos que buscan prevenir el consumo de sustancias psicoactivas están enfocados específicamente a las drogas ilegales, resaltando sus temibles efectos, siendo estas sustancias prohibidas las que evocan mayor sensibilidad en los grupos sociales. Estas percepciones repercuten de manera inevitable en las determinaciones políticas relacionadas a este tema. La sociedad relaciona el consumo de drogas ilegales con inseguridad ciudadana, violencia, juventud, pobreza, delito; generando una idea colectiva de amenaza continua y temor por el peligro económico, político, social y moral que genera esta problemática; los mensajes de temor y prohibición llegan a ser persuasivos, sin embargo, la reacción emocional puede impedir el desarrollo de ciertas acciones para enfrentar el temor, despreocupándose por el peligro. A sí mismo, en situaciones donde los individuos tienen restricciones a su libertad, se genera un fenómeno social llamado reactancia, mediante este los individuos son resistentes de manera activa a las obligaciones

impuestas. Esta situación se ocasiona por el fallo de las medidas coercitivas, dando como resultado lo opuesto a que en un principio se prohibía. Estos eventos explican de cierta manera algunas conductas practicadas frente al consumo de sustancias, algunos se atemorizan, y también están los que se oponen a medias restrictivas (Slapak y Grigoravicius, 2007).

Tolerancia social y la normalización del consumo. Los jóvenes han relacionado un modelo de satisfacción de sus deseos y necesidades con el consumo; esta cultura de consumo está asociada a compartir las creencias referidas por los miembros de un grupo. En cuanto a sustancias se refiere a la compra, consumo y abuso de una sustancia considerada esencial y asimilada a la satisfacción personal y del grupo.

Al respecto, Skar (1982), menciona que el centro y sur de la sierra peruana ha sido uno de los lugares con una larga tradición en la producción de azúcar y cañazo. Huánuco es uno de los lugares que actualmente sigue siendo una zona productora importante. En la región de Apurímac, existieron numerosos establecimientos vinculados a la actividad azucarera; incluso después de la reforma agraria el cañazo continuó produciéndose en cooperativas relativamente grandes (Citado en Onuki, 2015). La antropóloga Allen (2008) realizó estudios de trabajo de campo entre los años 1975 y 1985 sobre las costumbres habituales de los campesinos de Colquepata (departamento de Cuzco) donde indica que por esta época el consumo de cañazo era muy habitual. Esta costumbre, sin embargo, ha disminuido sustancialmente durante la década de 1990 siendo remplazada por otras bebidas alcohólicas no locales (Citado en Onuki, 2015). Hay que tener en cuenta que en la sierra sur del Perú el consumo de cañazo no se limita a tan sólo un aspecto ritual (hacer Tinka), sino que era percibido como una fuente de energía indispensable para el trabajo en el campo. Este pensamiento influyó en la idea colectiva de que sin cañazo para el campesino, este no trabaja

(Meléndez 1989 citado en Onuki, 2015); aunque con la recolección de nuevos testimonios la situación habría cambiado a partir de aquellas investigaciones.

Onuki (2015) preguntó a pobladores de Tantamayo y Collarbamba lo siguiente: ¿Cuándo toman cañazo?, respondieron que lo hacían cuando debían realizar trabajos duros, como la construcción de una casa, o labores pesadas como el cortar leña. Para estos trabajos, la opinión de los pobladores era que, sin cañazo, “no sale la fuerza”. Sobre el hábito de la bebida, se asegura que antes se tomaba con mayor frecuencia, pero que muchos habían muerto por beber en exceso, por lo que en los últimos años el consumo ha decaído. El mismo autor señala que la imagen que tenían los pobladores del cañazo, en comparación con bebidas parecidas como el ron, la opinión generalizada era que “El cañazo es una bebida natural y sana”, “El ron muy procesado hace daño”, “El ron a veces nos choca”. Un campesino sostuvo. “El ron nos cuesta más pero aunque sea el mismo precio, tomamos cañazo. Porque es más tradicional y bebida nuestra”. Finalmente, en opiniones sobre alcohol refinado, nos dijeron “Por aquí no hay gente que tome alcohol”, “En Ancash, lo toman”, “Es muy fuerte y dañino para la salud”. En este pueblo no existía la costumbre de tomar alcohol puro, la imagen que se desprendía de su consumo era muy negativa.

Como podemos comprender por los párrafos anteriores, el consumo de alcohol en la sierra rural peruana está muy normalizado, sin embargo, los pobladores no consideran su bebida local (cañazo) como una bebida que los lastime, mientras que, otras bebidas como el ron sí son consideradas dañinas. Podemos afirmar que las representaciones que tienen del cañazo son diferentes a las de otras bebidas, estas representaciones los llevan a modular su comportamiento, consumiendo de manera preferida el cañazo y rechazando otras bebidas, que por su contenido son igual de peligrosas. A pesar de que los estudios de Onuki (2015) no están situados en el contexto local de Arequipa, en sus conclusiones plasma ejemplos muy

claros de lo que es una tolerancia social sobre el consumo de bebidas alcohólicas en la sierra del Perú, el autor concluye: Muchas veces la bebida alcohólica conocida como cañazo contiene otras sustancias sus consumidores no lo consideran como un producto falsificado, si no como un cañazo de baja calidad; no hay mucha importancia en que la sustancias se encuentre en un estado de pureza si no en la interpretación cultural que obtiene mediante su consumo. El reconocimiento de propiedades favorables en las drogas o su consumo socialmente aceptable son cualidades adquiridas a posteriori. En el trabajo de Onuki (2015), el cañazo a lo largo de su desarrollo histórico ha sido ubicado en diferentes posiciones dentro de las comunidades andinas dentro de sus prácticas sociales y culturales.

En una sociedad también existen rasgos de disponibilidad hacia el dispendio de drogas, ya sean legales o ilegales. Al existir la normalización de un mercado, también surgen riesgos para el potencial sujeto consumidor, las normalización dentro de la cultura tiene sustento en el encuadre normativo referencial que los sujetos conocen sobre la materia de interés que regulan ellos mismos (Miguez, 1998).

Representaciones Sociales del Adolescente

Situaciones emocionales del adolescente. Los estudios diversos sobre adolescencia incluyen el rol que cumplen las emociones experimentadas en las situaciones importantes a las que tiene que hacer frente a lo largo de esta etapa.

Los cambios físicos y sociales que actúan sobre y dentro del adolescente hacen que esta etapa sea considerada crítica en el desarrollo del individuo; además las diferentes situaciones, experiencias y vivencias hacen que por su vulnerabilidad los adolescentes sean activos en conductas de riesgo relacionadas a su sexualidad, comportamiento, alimentación y consumo de alcohol y otras drogas. En cuanto a las diferentes situaciones experimentadas por este grupo social, contienen una carga estresante que es descrita como la valoración que otorga la

persona a la situación, sumando a esto las herramientas que ha aprendido a usar para afrontar dicho momento. En efecto el adolescente en una primera instancia esclarece si se encuentra en una situación de desafío, daño o amenaza. Seguido, analiza los mecanismos suficientes para afrontar la situación, sin embargo, no todos los adolescentes cuentan con las mismas capacidades para hacer frente a las diversas situaciones; es por esto que al no contar con las herramientas apropiadas va a sufrir una carga de estrés acompañada de emociones negativas o positivas, dependiendo de la primera valoración cognitiva realizada (Muñoz, Vega, Berra, Nava y Gómez, 2015). Los mismos autores señalan que el adolescente realiza un esfuerzo cognitivo y conductual que inicia cuando ha evaluado y valorizado las exigencias de una situación; esto es conocido como afrontamiento. De donde se infiere que las diferentes estrategias de afrontamiento que ha adquirido el adolescente entran en aplicación según la situación; ahora bien, esto se da empezando por definir el contexto, desarrollar alternativas o soluciones para resolver el problema; sin embargo no se ha llegado a una conclusión o cierre de la situación ya que las alternativas presentadas por el adolescente en estrés buscan evitar, minimizar o revalorar positivamente dicha situación, enfocándose en las emociones experimentadas en ese momento o instante. Es por estos motivos que se considera al estrés como un factor que influye en las conductas de riesgo y su aumento en frecuencia, dentro de los grupos sociales de adolescentes.

Un factor relacionado a la conducta adictiva es el estrés (Nadal, 2008). A su vez, Un etapa de desarrollo en la cual es estrés vital está en aumento es la adolescencia, a esta edad se hará frente a nuevas responsabilidades, junto con cambios biológicos y físicos. También se presentan desbalances en el funcionamiento emocional, cognitivo y social (Calvete y Estévez, 2009). Las situaciones de estrés que se presentan con mayor frecuencia son originadas por la actividad escolar. Se debe agregar, que las estrategias de afrontamiento usadas están

orientadas a las emociones como la tristeza, esperanza, felicidad, vergüenza, envidia, culpa, ira y el amor; por lo cual los adolescentes no sólo están vivenciando emociones negativas frente al estrés, sino positivas. De esta manera se concluye que a mayor carga estresante, mayor será la intensidad emocional (Muñoz et al., 2015).

Por otra parte, un factor de riesgo para el consumo de alcohol y otras sustancias son los problemas personales, es por este motivo que algunos adolescentes van a buscar alivio a esta situación, con el consumo de sustancias psicoactivas. La autoestima y el locus de control externo, y con trastornos de ansiedad y del estado de ánimo, son problemas que están estrechamente relacionados al consumo de alcohol (Espada, Méndez, Griffin, & Botvin, 2003).

Asimismo, se propone que los esquemas cognitivos disfuncionales y la falta de control sobre estos, van a estar asociados a problemas de conducta y consumo de sustancias. A esto se le ha denominado límites deteriorados; lo cual engloba: problemas para establecer y mantener límites internos y responsabilidades respecto al grupo social. Son dos esquemas mentales que están estrechamente relacionados con los esquemas cognitivos disfuncionales: grandiosidad y autocontrol insuficiente. La grandiosidad involucra creencias de superioridad, y de ser acreedor de derechos y privilegios únicos sobre los demás (Calvete y Estévez, 2009). A su vez, posee semejanzas con el constructo de narcisismo disfuncional; ambos están relacionados a problemas con la aceptación de los límites reales de la vida (Barry, Frick, Adler y Grafeman, 2006). Aquellos jóvenes que creen que tienen que hacer, decir y recibir todo lo que deseen de una manera inmediata, son aquellos que tienen dificultades para controlar el esquema de grandiosidad. Son adolescentes exigentes, que reclaman, piden y demandan en exceso, pero no pueden soportar una respuesta desfavorable, reflejan una pobre tolerancia a la frustración. Las ideas relacionadas a no contar con un dominio personal para

lograr objetivos y resultados o para mantener el control de la expresión de los propios impulsos es denominado como el esquema de autocontrol insuficiente, que tiene estrecha relación con el esquema de grandiosidad. Los esquemas cognitivos son activados por ambientes o situaciones de mucho estrés para la persona. Al suceder esta activación se experimentan emociones intensas, las cuales lo dirigen de manera directa o indirecta a problemas psicológicos como depresión, relaciones destructivas, sentimientos de soledad, consumo de sustancias psicoactivas entre otros (Calvete y Estévez, 2009).

El estilo impulsivo en la resolución de problemas y la combinación de otras conductas antisociales, son un factor de alto riesgo que influye en el consumo de sustancias psicoactivas (Calvete, 2007). Esto tiene implicación en las alternativas de solución de problemas, donde se acepta de manera impulsiva las primeras ideas y opciones en mente, y también estimar las consecuencias a estas soluciones en una forma descuidada (D'Zurilla, Chang, y Sanna, 2003). El consumo de sustancias se ve motivado por los esquemas cognitivos relacionados con la falta de límites, especialmente por la falta de autocontrol, es decir, estos esquemas proporcionarán contenidos cognitivos pertenecientes al deseo de ser gratificados de manera inmediata, el estilo impulsivo va a impedir reflexionar de manera necesaria las consecuencias de conductas de riesgo (Calvete y Estévez, 2009).

Relación con los pares, influencia y presión social. Un determinante que así como puede fomentar el consumo de sustancias psicoactivas, también puede disminuir las conductas relacionadas al consumo es la relación entre pares, los antecedentes en la literatura científica indican que el uso de ciertas sustancias por parte del grupo de compañeros o amigos es un desencadenante de consumo de aquellos miembros que no consumían antes en el grupo. (Varela et al. 2007; Londoño Pérez & Valencia Lara, 2008; Rodríguez et al. 2012 citados en Segura y Cáliz, 2015)

Está esclarecido que las relaciones con los pares acrecientan el desarrollo social y psicológico de aquellos adolescentes sujetos a la escuela y familia. Y es que en este periodo establecer redes sociales con pares es de gran significación socioemocional, a su vez el tiempo invertido con los padres disminuye, para dar paso a la formación de amistades basadas en el intercambio de confidencias y no tanto en el compartir las mismas actividades. Además, las relaciones significativas son asociadas a los niveles de depresión y problemas emocionales, de ahí parte la idea que a mejor sea la calidad de relación con pares, los niveles de estrés y problemas emocionales serán menores (Resset, 2016).

Los autores Scott et al. (2015) realizaron un estudio en Ecuador que indica una relación directa entre la influencia de un grupo social y el uso de sustancias psicoactivas. También, la percepción de que hay sustancias menos peligrosas que otras, es considerada como un factor de riesgo capaz de predecir la experimentación. Un factor protector del uso de sustancias son las expectativas negativas, las cuales influyen significativamente para evitar el inicio de una conducta de consumo. A si mismo, se encontró que hay una menor probabilidad de usar drogas ilícitas en los encuestados que viven en casa con su familia, mientras que las probabilidades disminuyen en aquellos que no vivían con la familia.

En contraste con lo anterior, la influencia de los pares es descrita como: motivación extrínseca o presión social que ejerce el grupo a un miembro, para que este se comporte de una manera aceptable y ser admitido en el mismo grupo. Los contextos sociales son los que determinan las oportunidades para integrar socialmente a un miembro mediante la formación de redes sociales (Measham, Parker y Aldridge, 1998).

Búsqueda de sensaciones. En el proceso de desarrollo de la propia identidad personal del adolescente, este inicia en la inspección e indagación de nuevas sensaciones; si se agrega a este proceso un débil cálculo de los riesgos, propio de la edad de desarrollo, llevará al

adolescente a la integración de comportamientos de riesgo en sus vivencias cotidianas (Leal, 2004). Cabe señalar que se estima a la búsqueda de sensaciones como un rasgo de personalidad, en donde el individuo es acreedor de una necesidad por experimentar complejas y variadas sensaciones, también se incluye un interés y disfrute por vivenciar riesgos físicos y sociales. Este es un concepto multidimensional ya que incorpora la búsqueda de emociones, experiencias y desinhibición del aburrimiento (Palacios, Sánchez y Andrade, 2010).

Aquellos sujetos que están en una búsqueda de sensaciones tienen una mayor valoración a la recompensa del riesgo que aquellos sujetos menos propensos a buscar sensaciones; las prácticas que estos realizan suministran formas de activación y efectos de recompensa que superan los riesgos y los llevan a realizar actividades que satisfagan sus necesidades (Horvath y Zuckerman, 1996).

Esta disposición psicológica en el adolescente de experimentar sensaciones intensas tiene una estrecha relación con el inicio de consumo de sustancias y con el reforzamiento de conductas que incrementen el uso de drogas, en especial el cannabis (Pérez y Medina, 2019).

A su vez, el consumo de sustancias asociado a la búsqueda de sensaciones es una relación donde los efectos de la droga generan sensaciones de placeras en el sujeto, sin embargo, las cantidades y la frecuencia del consumo tiene como objetivo aplazar efectos negativos, dolorosos o de difícil comprensión para el consumidor. Este deseo de adquirir sensaciones nuevas para el organismo tiene un vínculo con conductas impulsivas o poco control en los impulsos, que incluso se percibe desde edades muy tempranas en grupos familiares con modelos de crianza frágiles o permisivos (Andrade, Lozano y Conde, 2014).

Estigmatización de la adolescencia. La estigmatización es considerada un fenómeno que desacredita cuando se exagera un rasgo del sujeto o su grupo social, también se da en los momentos que se atribuye una conducta o reacción exclusiva perteneciente a la identidad del

sujeto, a pesar de que este no sea el único susceptible a manifestar aquellas conductas o reacciones (Chávez, 2014).

La adolescencia es momento en la vida, que en muchos casos es considerada, por adultos y los mismos adolescentes, como una etapa de riesgo en la que los sujetos son más propensos a tener ciertas comportamientos únicos y exclusivos durante esta etapa de desarrollo.

La estigmatización o el sentimiento de estigmatización como lo llama la autora Solano (2018) se da en un medio socio cultural específico, en el caso de los adolescentes se considera a la familia y la escuela como entornos donde se presenta mayor estigmatización, cuando se presentan ciertos rasgos o características devaluadas o desprestigiadas que se relacionan con aislamiento, baja participación social, y diferentes sintomatologías negativas como sentimientos de inseguridad. Esta estigmatización puede llegar a ser determinante en la organización de la personalidad ya que atraviesa niveles psíquicos inconscientes, funcionales e incluso metabólicos; además la estigmatización facilita la discriminación por resaltar las diferencias, esta discriminación se ve en los tratos diferentes, injustos vulnerando los derechos y reduciendo las oportunidades de participación u opinión.

Publicidad, medios y adolescentes. Autores importantes para la psicología social como Bandura y Walters (1974) indicaban que los medios de comunicación son considerados como transmisores de roles y modelos de conducta, que en consecuencia de su uso colaboran con el desarrollo de la identidad personal e influyen en la conducta social. En adición a lo anterior, las experiencias sociales y culturales que muestran los medios de comunicación, cuentan con un papel importante en la conducta de las familias y la sociedad ya que la información brindada y sostenida por la familia se verá en conflicto con lo que se muestra en los medios de comunicación de masas si no existe una consonancia adecuada en las actitudes familiares.

La televisión y su contenido, se considera uno de los medios de comunicación de masas más influyentes en el momento de socializar la información, e incluso considera este medio como el que ofrece un acceso más democrático y controlado a la información sobre sustancias psicoactivas debido a las normas publicitarias a las que está sujeto (Martínez, 2007). La televisión para algunos autores llega a ofrecer un universo simbólico a los usuarios y llega a sustituir o complementar las experiencias vividas (Thompson, 1998); idea que no se ha refutado hasta ahora.

Añadiendo a lo anterior, del Olmo (1997) indica que debe existir una responsabilidad educativa en los medios de comunicación social frente a la problemática de las drogas legales o ilegales; no debe usar actitudes moralizantes ni prejuiciosas, al contrario deben presentar la información con objetividad. Y es que dentro de los medios existen contradicciones en donde se resalta el uso de drogas legales como alcohol o medicamentos, sin embargo, los mensajes difundidos sobre sustancias ilícitas son negativos o incluso ausentes. Los medios deben apoyar a que los individuos formen una postura crítica y tomen decisiones responsables frente a las drogas legales o ilegales.

Una visión más actualizada sobre los medios considera que los sujetos consumidores de medios de comunicación masiva son receptores de efectos negativos de estos, al no poder ser partícipes ni críticos de aquello que se les muestra, por otra parte, existen medios como las redes sociales que permiten la participación de los sujetos basados en su conocimiento, habilidades y vivencias. Los medios están cargados de información, aquellos que son textuales y formales; usados en las escuelas, tienden a tratar con autoridad el conocimiento impidiendo generar una crítica y ser activo en la construcción del mismo, otros medios ya de lenguaje multimodal crea espectadores, de imágenes, audio, y digitalización; el sujeto es mediador de este conocimiento y tiene cierta participación como productor del mismo. En

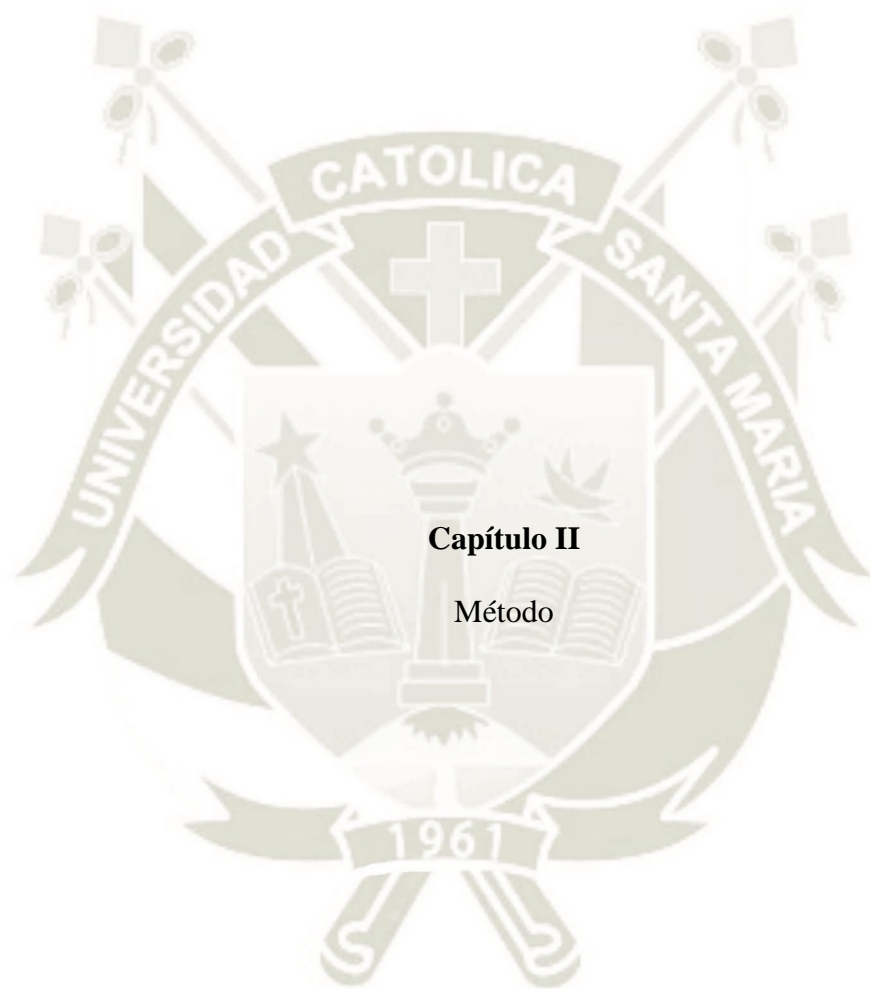
contraste a lo anterior, los nuevos medios de comunicación y a lo que apunta el alfabetismo transmedia, es a fomentar la participación dentro de los mismos, siendo un creador o un facilitador de información, generando experiencias sociales dentro de estos sin una interacción física o incluso sin conocer a otros sujetos activos en los medios (Scolari, 2018).

Consumo en la adolescencia. Se sabe que la oferta, la accesibilidad son determinantes del consumo de drogas que se induce por el micro tráfico de sustancias en los lugares donde los adolescentes habitan, se divierten, circulan y conviven. Otro determinante tiene que ver con el entorno familiar, en el que las sustancias psicoactivas hacen parte de las prácticas y de los hábitos de consumo o, en algunos casos, la venta de estas sustancias a modo de sustento económico (tiendas, bares, restaurantes, influye en el adolescente y su desarrollo de representaciones). Asimismo, las relaciones entre pares ayuda a incurrir en el consumo de sustancias psicoactivas, un desencadenante en la experimentación del individuo es el uso de sustancias por parte de los amigos o compañeros, de estudio que junto con las tendencias del ocio juvenil y las prácticas culturales en torno a la recreación son facilitadoras del uso de sustancias psicoactivas, legales o ilegales (Segura y Cáliz, 2015).

Los adolescentes reciben mayor información sobre sustancias psicoactivas en el ambiente escolar, sin embargo, este conocimiento no es de mucha utilidad ya que es desechado por grupos de adolescentes consumidores que obtienen información sobre drogas en ambientes más vivenciales como el hogar, barrio, y la experimentación propia. La familia es la segunda fuente de información del adolescente, sin embargo, lo que define una actitud positiva o negativa acerca del consumo se obtiene mediante experiencias previas con sustancias psicoactivas. Se ha demostrado también, que la información sobre drogas que comparten los grupos de adolescentes dentro de un ambiente escolar va en aumento de acuerdo a la edad, lo

que hace que grupos menores sean influenciados por aquellos con mayor edad o de mayor grado (de Oliveira, dos Santos, Aparecida, Odete y Magalhães, 2019).





Tipo de Investigación

La siguiente investigación es de tipo cualitativo ya que analiza, describe y estructura las representaciones sociales en adolescentes por medio de sus vivencias, ideologías, posturas, y prácticas sobre el consumo de sustancias. El autor Cerda (1993) resalta sobre la investigación cualitativa:

La interpretación de ciertos fenómenos no pueden ser expresados en su totalidad por las matemáticas o estadísticas; existen atributos o cualidades no cuantificables, que permiten explicar mejor ciertos fenómenos sociales o prácticas de un grupo social. Sin embargo, continua mencionando que ambos tipos de investigación pertenecen a un conjunto indivisible debido a que en la vida social no existen objetos que exclusivamente posea un aspecto cuantitativo o cualitativo. (p.48) Continua: “De hecho, ninguna de las dos puede prescindir de la otra, ya que de lo contrario la realidad se reproducirá o se reflejará muy parcialmente en el pensamiento humano y el acto de conocer se desvirtuaría” (p.49).

Por otro lado de la Cuesta (2015) reflexiona sobre los ejes principales de la investigación cualitativa, basándose sobre las experiencias humanas, estas experiencias cuentan con un carácter subjetivo y por último, el conocimiento cualitativo se construye. Con esto se quiere decir que al realizar investigación cualitativa nos referimos al qué y no al quién, si existen dudas sobre los participantes y cuestiones como el nivel de educación, edad, género, sin que estos sean relevantes para el estudio, estará orientado una forma positivista, más no cualitativa de investigación. Los datos que se transformaran en conocimiento se construyen en el proceso de entrevista, son el investigador y el participante los que construyen ese conocimiento.

Lo dicho hasta aquí supone que hay limitantes en el tipo de investigación basada en números, sobre todo en la exploración de la propia experiencia humana. Empero, la

investigación cualitativa se presenta como una forma de construcción del conocimiento con aquellos que vivencian y experimentan el fenómeno que se quiera inquirir.

Compartiendo también las características de la investigación fenomenológica, esta investigación se centró en las representaciones sociales del consumo de sustancias, desde la perspectiva de objeto o fenómeno social, que los adolescentes generan mediante sus vivencias, experiencias e interacción con el medio ambiente en el que se encuentran. Las entrevistas se centran en un fenómeno específico como es el consumo de sustancias, dando una descripción desde la experiencia compartida de la población investigada. Este enfoque de estudio diseña y analiza una entrevista que brinda información importante sobre las experiencias vivenciadas y conocimientos de un grupo en común con respecto a un fenómeno o proceso (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

Técnicas de Recolección de Información

Entrevista a profundidad semiestructurada. Savin-Baden y Major, (2013); y King y Horrocks, (2010) Mencionan que las entrevistas cualitativas son más íntimas, flexibles y abiertas a diferencia de las entrevistas cuantitativas (Citado en Hernández et al, 2014).

La entrevista semiestructurada es un instrumento y una técnica para la obtención de datos que nos permite recabar información con mayor detalle y profundidad, debido a que se adapta a las características del entrevistado. Se le suele relacionar con una conversación o un diálogo coloquial en la que se proponen determinados objetivos. Se escoge esta clase de entrevista ya que permite obtener un rango más amplio de información, asimismo, otorga la oportunidad de aclarar o incluir nuevas dudas o preguntas durante el proceso, dándole más sostenibilidad a la respuestas del entrevistado. Se debe reconocer también el rol del entrevistador durante este proceso, el cual debe manifestarse activo y atento a las respuestas verbales y no verbales

del sujeto entrevistado (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández, & Valera-Ruíz, 2013).

La finalidad de esta entrevista fue obtener gran cantidad de respuestas y perspectivas de los participantes, también, al existir la posibilidad de incluir preguntas, comentarios o puntos de vista que se den durante el proceso de la entrevista; se incluyeron cambios de perspectiva o de lenguaje para algunas preguntas. De esa forma el investigador interactuó con los participantes y formó un ambiente social adecuado a la conversación. Para no perder datos importantes se grabaron en audio las entrevistas lo cual está mencionado en el consentimiento informado y fue aceptado por todos los padres de los participantes.

Descripción del número de preguntas e indicador. La entrevista se formuló inicialmente con 38 preguntas que abarcan los 8 indicadores que son: significado de drogas, tolerancia social, cultura de consumo, normalización de la adicción, vivencias, estereotipos sociales, publicidad y medios, e ideología familiar. La revisión de la entrevista mostró que las preguntas por cada indicador son suficientes para obtener información, se vuelve a resaltar que durante el proceso algunos participantes expresaban más información o usaban conceptos o signos diferentes, por lo que surgían otras preguntas, sin embargo las respuestas se acoplaban a los indicadores y nutrieron a la investigación.

Consumo de sustancias psicoactivas

Concepto de droga. Esta área buscó conocer el concepto que manejan los adolescentes sobre sustancias psicoactivas, adicción, adictos y consumidores. Son 4 las preguntas que componen este indicador.

Tolerancia social. Pretendió profundizar sobre qué sustancias y sus consumos son tolerados, junto con las edades y la percepción de accesibilidad que tienen los adolescentes.

Son 5 las preguntas que componen este indicador.

Normalización de la adicción. Se dio a conocer las percepciones sobre el consumo, dependencia y adicción. Son 5 preguntas que componen este indicador.

Cultura de consumo. Aquí se describió el contexto en el que se consumen sustancias, qué sustancias se conciben como las preferidas y los motivos por los cuales se consumen. Son 7 preguntas para este indicador.

Representaciones sociales.

Vivencias. Los adolescentes expresaron sobre las experiencias vividas propias, de su familia y sus pares relacionadas al consumo. 4 preguntas componen el indicador.

Estereotipos sociales. Se buscó conocer la percepción del consumo en relación a estereotipos de conducta social. También las creencias relacionadas a los consumidores, y su estatus socio-económico. 7 preguntas componen el indicador.

Publicidad y medios. Aquí se describió la influencia que contienen la publicidad y los medios sobre el uso de drogas, con preguntas que los hacen recordar lo que los medios dicen sobre las sustancias psicoactivas. 3 preguntas componen el indicador.

Ideología familiar. Aquí se habló sobre las creencias, y los antecedentes familiares relacionados al consumo y a las conversaciones que han tenido los padres con los hijos sobre el consumo de sustancias. 3 preguntas componen el indicador.

Participantes

Con el propósito de conocer a profundidad el fenómeno del consumo de sustancias psicoactivas los participantes fueron alumnos que cursan quinto y cuarto de secundaria de una institución educativa pública reconocida en el distrito de Cayma. La secundaria cuenta con 150 estudiantes aproximadamente entre los 15 y 17 años de edad, de condición socio-económica media-baja; la mayoría de estos estudiantes tienen su domicilio en el distrito de Cayma.

Muestra. El muestreo homogéneo de la población constituyó un grupo de 7 sujetos que se integran con una problemática relacionada al consumo de sustancias. Los alumnos cursan el cuarto y quinto de secundaria, sus edades oscilan entre los 16 y 17 años.

Al seleccionar los participantes para la investigación cualitativa se debe tomar en cuenta su experiencia en relación al fenómeno social estudiado; por otra parte, al pensar en muestras demasiado amplias para abarcar más información, se estará promoviendo un estilo positivista de construcción del conocimiento. La importancia de la muestra radica en lo que saben los participantes y no en su cantidad (de la Cuesta, 2015). Los participantes que se incluyen en este tipo investigación deben haber experimentado o vivenciado el fenómeno social, en este caso el consumo de sustancias psicoactivas, para así poder tener establecido la construcción del conocimiento en base a sus respuestas y lo que ellos comparten (de la Cuesta, 2015).

Para dar soporte al muestreo de esta investigación, Martín-Crespo y Salamanca (2007) proponen un diseño denominada “muestreo nominado”, esta técnica consiste en pedir a la población o institución en la que se encuentra la muestra que recomiende posibles participantes, esto permite formar una relación de confianza con los participantes nominados previa al desarrollo de las entrevistas, así se conoce si ellos realmente desean participar. Este muestreo es práctico y permite hacer participe al medio social donde ocurre la problemática debido a las experiencias que ya se han visto dentro de la misma.

Estrategia para la Recolección de Información

En el año 2018 realicé prácticas pre-profesionales requeridas por la escuela profesional de psicología en la institución mencionada en esta investigación. Esta experiencia me permitió conocer a los estudiantes y las diversas vivencias peligrosas que experimentaban en su cultura y ambientes de socialización; asimismo pude generar confianza con el grupo y un rapport apropiado con estudiantes de cuarto y quinto de secundaria, lo que permitió una buena

comunicación y fluidez en las entrevistas y expresión de testimonios honestos. Cabe mencionar que durante los meses de octubre y noviembre de ese mismo año realicé entrevistas piloto a cinco estudiantes de la institución educativa, con el objetivo de revisar la calidad de las preguntas y mejorar habilidades del entrevistador. Con la supervisión de los docentes de la universidad se pudo obtener el análisis y la aprobación final de la entrevista.

Preparación. Para poder empezar el proceso de recolección de información, primeramente se dio una reunión proponiendo los objetivos de investigación y el método que se aplicará para el desarrollo de la misma. La reunión con el subdirector permitió continuar para entregar el siguiente grupo de documentos. Aquí se incluyó una carta de presentación, el proyecto de investigación, el consentimiento informado, y la lista de requerimientos necesarios; en esta ocasión los documentos se revisaron y aceptaron con el director de la institución.

Coordinación. En este momento se formó una lista de alumnos que podrían presuntamente participar en la investigación, esta lista se formuló con apoyo de la psicóloga de la institución. Después de esto, cada presunto participante fue entrevistado, no todos deseaban formar parte, otros no podían por sus horarios y actividades, fueron 7 los alumnos que se mostraron disponibles a compartir sobre este tema, al que incluso ellos mencionaron como controversial. Con la lista de participantes completa, se le entregó y explicó el consentimiento informado, también se coordinó con cada uno el día y el horario para la realización de la entrevista individual. El día de la entrevista cada participante entregaba su consentimiento informado y se realizaba la entrevista en el área de psicología de la institución.

Aplicación. Las entrevistas se realizaron en el ambiente de psicología al ser este el más apropiado dentro de las instalaciones del colegio, se consideraba un tiempo máximo de entrevista de 60 minutos. Las sesiones se grabaron en audio para su respectivo análisis, al

acabar con su uso en esta investigación se eliminaron los archivos sin dejar copias, esto también se mencionó en el consentimiento informado.

Criterio de Procesamiento de Información

Los diálogos de las entrevistas fueron mecanografiados a un documento virtual que después se procesó mediante el programa de análisis cualitativo Atlas.ti; las redes que se forman dentro del software fueron formuladas y analizadas mediante la teoría de representaciones sociales.

Es importante señalar el proceso y la forma en cómo se utilizó la información recaudada por los participantes, para darle forma y estructura a lo que sería un proceso cíclico de investigación cualitativa.

Lo primero en considerar es la entrevista que fue semiestructurada, sin embargo durante el proceso las preguntas se formularon de distintas maneras y en orden variable según como la conversación fluía en cada participante. Desde ese inicio ya se mostraba la diversidad de respuestas y también las familiaridades que existían en las mismas.

Como un segundo momento de la investigación aquella información recaudada en audio tuvo que ser mecanografiada en documentos de texto para un procesamiento puntualizado en el programa Atlas.ti, cada entrevista fue un documento por ende se adjuntaron 7 documentos al software. Esta transcripción es de forma literal, tal y como los entrevistados y el entrevistador hablaron durante las entrevistas, también incluyen anotaciones que no se pueden apreciar en un audio como: interrupciones, cambios en la conducta no verbal, momentos largos de pensamiento, sonrisas, diversas observaciones que el entrevistador consideró importantes para facilitar el análisis de la información.

La tercera fase fue ya comenzar a seleccionar citas dentro del programa, estas citas incluyen información variedad que se categorizaba en uno o varios códigos, estos a su vez, se

iban creando mediante la lectura analítica de las respuestas y de las bases teóricas usadas en esta investigación. Así es como se generaron 44 códigos que almacenaban 1057 citas, a parte existen otros 33 códigos libres que son citas literales de abundante información sobre el tema investigado.

Durante el cuarto momento, la información aún es mucha y no está ordenada, se necesita relacionar los códigos de información pertinentes para responder a la interrogante presentada y formar redes que permitan visualizar y analizar las representaciones sociales de los participantes. En esta ocasión me limito a usar las herramientas vinculantes que trae el software por defecto, para evitar complicaciones en el análisis de las redes que se comenzarán a formar. A continuación se señalarán los vínculos usados y su descripción.

Relacionado con. Al establecerse relaciones entre categorías sin que haya subsunción entre estas. Color verde línea .2

Es parte de. Relación entre una categoría, códigos u objetos que comparten características de otro y se convierten en accesorio de estos, sin necesidad de estar incluidos en un nivel conceptual. Color rojo línea .2

Es un. Relación de proceso en construcción, cuando un concepto, categoría u objeto específico, construye a uno más general. Color naranja línea .1

Causa de. Representa relaciones causales o de proceso. Color morado línea .1



Descripción de los Resultados

Representaciones sociales en las vivencias

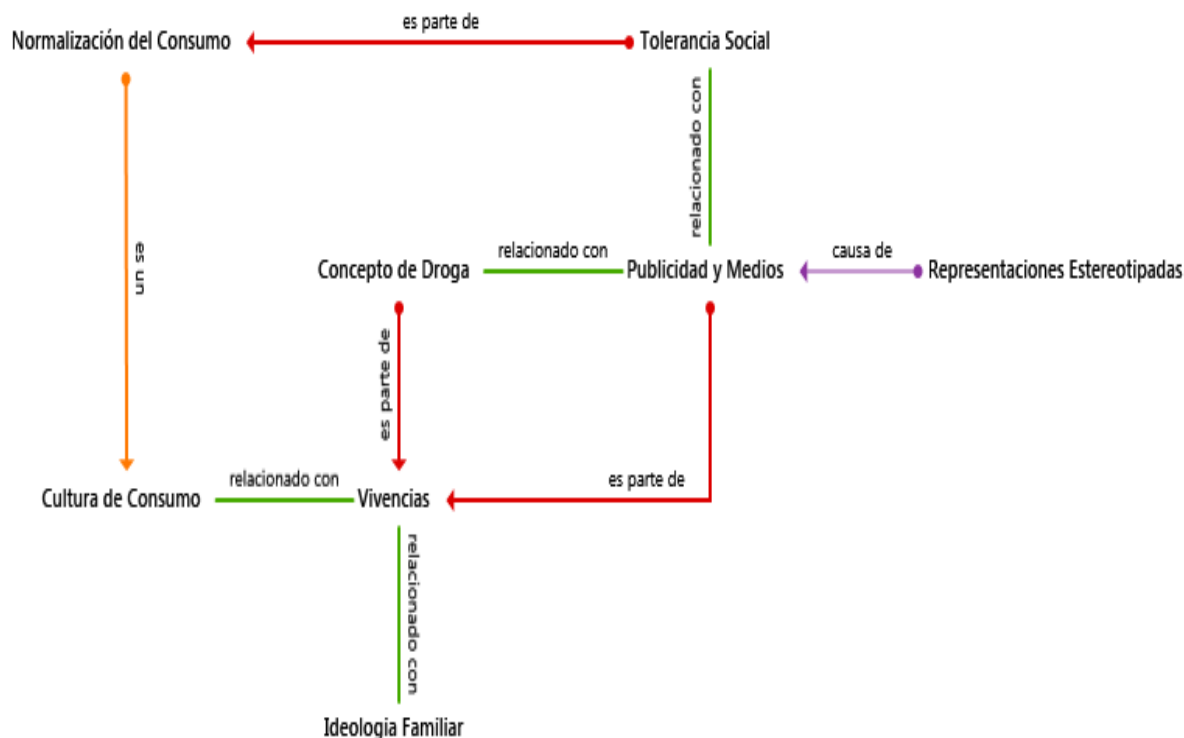


Figura 1 Red general.

En esta red se incluyen todos los 8 indicadores principales que surgieron como signos importantes en la construcción y expresión de las representaciones sociales sobre el consumo de drogas. La categoría principal de esta red es Vivencias, ya que las experiencias habituales de los adolescentes constituyen el eje principal de aprendizaje, exteriorización y socialización de representaciones sociales y del análisis fenomenológico.

A lo largo de la exploración de los resultados se especificarán redes compuestas por categorías sociales más complejas (iniciales en mayúsculas). En este caso, se inicia con plantear el contexto teórico interpretativo de la información reunida durante las entrevistas.

“...yo trabajo en un hotel de recepcionista los sábados en la tarde y los domingos. El sábado. Mis jefes, son de 20 años 25 años, son chicos; y ahí estuvieron tomando, me

invitaron como yo también estuve mal, estoy mal por unas cosas pues ya tomé pero no tanto, ahí. O sea cuando tengo problemas a veces mis amigos me dicen vamos a tomar que se te va a olvidar todo, pero o sea, a veces no hago caso a esas cosas, porque siento que por un momento se me va a olvidar.” (Raúl, 17 años)

Hay una clara evidencia de Influencia Grupal positiva para el consumo de alcohol hacia este adolescente participante, tanto en su ambiente laboral, como en su círculo social de amistades; esto resalta la pertenencia a una Cultura de Consumo a la que es sujeto Consumidor. La interiorización de su situación emocional percibida como problemática, lo lleva a acceder al consumo de alcohol de forma social, con un grupo, y tolerado en su ambiente. Sin embargo, el límite que sugiere al beber, está entendido como un alivio momentáneo de su situación emocional, sometido hacia el tiempo del efecto del alcohol y el momento social del consumo; que al terminar vuelve a dejar sin atención a sus necesidades psicológicas.

“Al principio pensé que la marihuana era mala, por el estilo, que te producía diferentes tipos de, o sea que era malo, porque las personas saben, los adultos te incitan a no consumir las drogas porque te dicen que es malo, que te produce daño, algo así por el estilo, y es lo mismo que me incitaron, que me dijeron, que es malo, que me produce daño por el estilo. Al principio pensé que era malo que no debía hacerlo, lo intenté lo hice por la curiosidad, y cambió el pensamiento de lo que era antes, ahora no pienso que sea malo, solamente es malo cuando uno consume demasiado y eso es lo que afecta a una persona.” (Diego, 16 años)

En este participante las representaciones previas al consumo, son influidas por adultos representativos como sus padres. En la producción del pensamiento social, estos padres forman el Concepto de Droga, específicamente de la Marihuana, para alejar al hijo de

conductas de consumo hacia esta sustancia. El sujeto bajo una curiosidad, o falta de información, consume y renueva sus representaciones sobre el concepto, y sobre el uso de esta droga. Aquí se entiende como el sujeto es activo en la construcción de nuevas representaciones, así mismo, se puede percibir la transformación de ser un individuo observador de un fenómeno social, a ser un sujeto consumidor dentro de un fenómeno social.

“Primero había un compañero de mi salón en ese entonces que conociéndolo más porque me comencé a juntar con él, como él hacía eso, por curiosidad, comencé, le seguí.” (Jennifer, 17 años)

“Estamos en la clase y como era inicio de año ya nos comenzamos como que a conocer y de ahí salió el tema de yo tengo esto. Yo lo vi y dije: interesante. Y me dijo: si quieres te doy, si quieres te doy. Le dije: cómo se hace. Es así y saca su pipa y pone ahí. Estamos en el primer pabellón, en primaria en el tercer piso ahí hay un baño y subimos con dos amigos más. Toma, toma y yo agarré hice así (refiriéndose a la acción de fumar) y casi me atoro, y yo qué es esto le dije... Al rato bajamos, fuimos al recreo todo bien y yo ya estaba media mareada, así de todo sonreía, y estaba tranquila, pasiva, supuestamente tenía los ojos rojos pero no sabía. Estaban mis amigas así, me dijeron qué tienes. No nada así. Y una de ellas ya sabía que mi compañero consumía, te ha dado ay me dice, estuve con ella el resto del día...” (Jennifer, 17 años)

La importancia de la Influencia Grupal y la Curiosidad por el consumo de marihuana se resaltan en esta vivencia. Los signos de Tolerancia Social y Normalización del Consumo, permiten llevar a cabo esta actividad dentro de un ambiente compartido y que los puede sancionar, sin embargo esto pasa eludido debido a la Cultura de Consumo en la que interactúan.

“Probé droga también, marihuana; fue con los mismos compañeros, me dijo vamos a probar; yo no sabía, pensé que íbamos a tomar noma, cuando hemos llegado arriba a un lugar que no pasaba gente sacó me dijo: que es marihuana. Me sentí medio asustado, porque como vi en televisor como reaccionaban así, me pregunté: ¿Yo reaccionaré así? Pero probé y me sentí más liviano, como mareado estaba, en cambio mis compañeros se reían...” (Alex, 16 años)

Los medios demuestran ser fuentes importantes que adicionan información a las representaciones sociales del consumo previas a una experimentación con drogas, sin embargo, no son representaciones que impidan el consumo, al no ser precisas en la proyección de la realidad.

“Porque quieren ganar dinero, es su negocio o sea, te incitan a consumir porque quieren vender el producto, quieren hacer que, o sea vender.” (Diego, 16 años)

El entrevistado alude que el objetivo de publicidad de cerveza incita a consumir debido a que quiere masificar las ventas. Este es un hecho perteneciente a la Cultura de Consumo actual y a la realidad de la publicidad sobre alcohol.

“Una vez cuando estaba descargando música apareció una publicidad del consumo de marihuana, una hoja, ahí decía sus propiedades buenas, lo abrí y nada más, más bajo decía puedes comprarlo aquí, cliquee y me lleva a otra página, en esa página aparecían varias listas de productos de drogas, cantidad y precios.” (Hugo, 17 años)

La Publicidad en Internet muchas veces elude regulaciones sobre sustancias ilícitas. A pesar, de que la adquisición de drogas por estos medios puede ser complicada para los sujetos, la información encontrada aporta a la construcción de representaciones sociales y en la continuidad del uso de los Medios.

“He encontrado que el consumo es algo mucho, o sea pa mí francamente que acá en el colegio no hay mucho de, mucha seguridad en hacer que o sea los alumnos no consuman. Porque francamente a veces veo que traen y consumen por el estilo... Es que mi otro colegio era puros hombres y cuando son puros hombres ya tratarte de una manera es diferente es más dura, porque como acá hay mujeres es más blando la forma de tratarte y eso afecta también a los hombres. Y esa es la diferencia que puedes traer, puedes consumir aunque no se den cuenta los profesores o las diferentes personas que estén por el estilo.” (Diego, 16 años)

Este fenómeno social se desenvuelve también dentro de la institución educativa, la cual no ofrece soluciones para el problema. El evidente aumento de la Tolerancia Social permite que los sujetos Normalicen el Consumo dentro de su ambiente escolar.

“...habíamos comprado ron, un sábado en la noche era cumpleaños de una compañera, habíamos ido a su casa, estábamos jugando todo y quedó; yo me lo llevé lo tenía en mi toma-todo, me lo llevé y lo escondí. Después mi compañero me dice: oye ha quedado dónde está, me dice. Yo lo tengo. Mañana tráelo pues, el lunes para que lo traiga el martes. Ya, ya mañana lo traigo. Lo traje y estuvimos un rato en la cancha ahí tomando, ya termínalo, termínalo. Lo acabamos, al rato ella estaba terrible, estaba riéndose de todo.” (Jennifer, 17 años)

En esta participante el consumo ya es tolerado por su círculo social en momentos de reunión y celebración. También, la Normalización del Consumo de alcohol lleva a su grupo a ingerir la sustancia, desconsiderando las normas sociales impuestas por el ambiente escolar y demostrando conductas disruptivas toleradas por el mismo ambiente social.

“...cuando yo entré a este colegio, comencé a conocer a las chicas, y ahí averigüé y estuve con ellas, como eran mis amigas también salía, y ahora más que todo en quinto

salimos, compramos y normal, no nos piden DNI, no nos piden nada.” (Jennifer, 17 años)

La adquisición de sustancias legales como el alcohol es común para menores de edad, a pesar de ser ilegal. Son aspectos normalizadores que forman parte de la Cultura de Consumo a la que están sujetos los participantes.

“La marihuana en parte me gustaba, me hacía sentir diferente, la ocasión que me comuniqué con mi enamorada me sentía demasiado mal, me sentía triste y cuándo la consumí me hacía sentir más alegre pero pasó el efecto y volví a recordar lo que estaba pasando...” (Hugo, 17 años)

En las Vivencias de los participantes es común encontrar el consumo por aliviar alguna situación emocional o social. Sin embargo, como se demostró en páginas anteriores, la mitigación, de su problema emocional y de los síntomas que exprese, es momentánea y limitada al efecto de la sustancia. Lo que llevaría a continuar consumido para paliar los efectos emocionales negativos aumentado la tolerancia física y las dosis de consumo.

“...mi amigo que conocí, o sea era un joven que conocí de un amigo que yo tenía, que hasta ahora creo sigue consumiendo y ya no lo puede dejar.” (Diego, 16 años)

Por otra parte, los participantes conocen esos consumos problemáticos debido a que también forman parte de la Cultura de Consumo, no obstante los consideran sujetos diferentes al sujeto Consumidor.

“A veces consumimos por diferentes tipos de actividades que tienen, digamos cumpleaños, encuentro cercanos, llegadas de alguna persona, o diferentes tipos de actividades, bautizos, así por el estilo” (Diego, 16 años)

Es de notar que, las Vivencias asociadas a reuniones sociales de celebración o confraternidad incluyen el consumo de sustancias legales como el alcohol, este hecho claramente es compartido en la Cultura de Consumo.

“Porque la idea es esa en un evento siempre hay música, lo que se celebra, ya sea algo triste como es un velorio, ya sea algo feliz, o sea la celebración siempre va a llevar de la mano con el alcohol, con cosas así.” (Darali, 16 años)

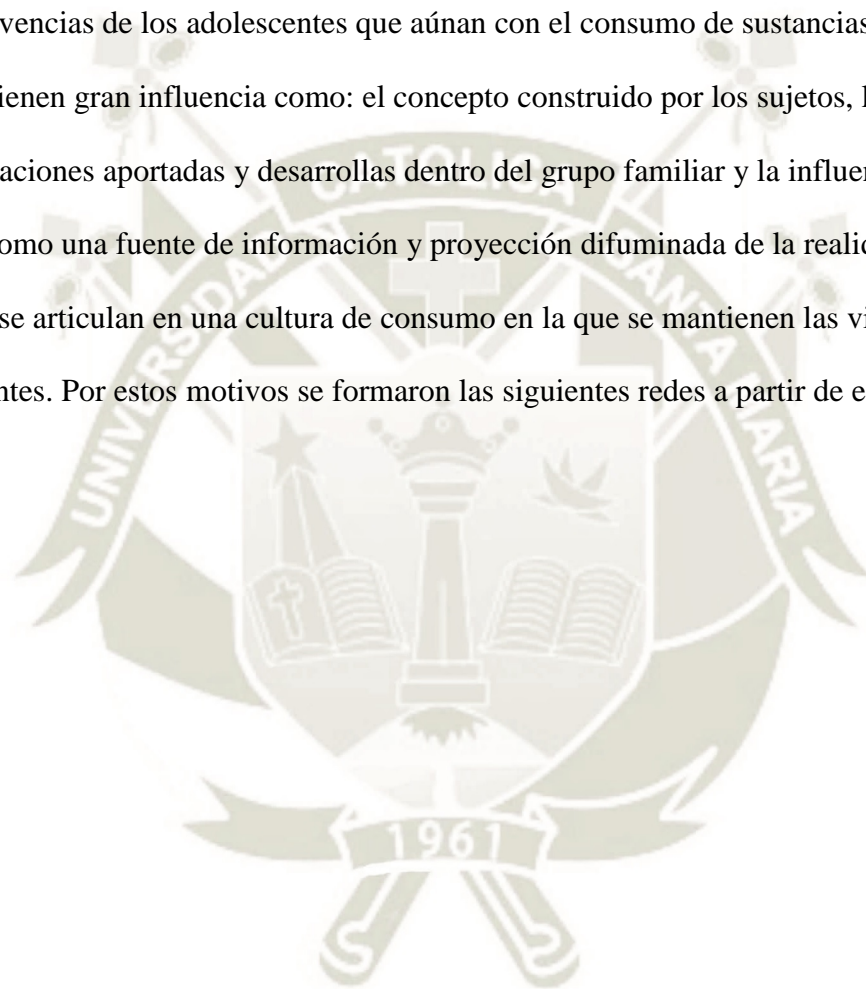
Esta participante demuestra, que en momentos de intensidad emocional, como sentir tristeza, también se le asocia con el consumo de Alcohol dentro de la cultura que comparte. En este caso surge la idea de que la falta de habilidades de afrontamiento emocional lleva a sobrellevar o intentar aliviar ciertas situaciones con el uso de una sustancia como el alcohol. No sólo es una característica individual de un sujeto, sino que está asociado a un aprendizaje social compartido en los momentos de reunión social.

“En parte no me han dicho nada malo como que nunca tomes nada de eso, yo por voluntad mía he dicho puedo probar, quiero saber cómo es, y me dieron me hicieron probar, cuando tomé cuba libre me gustó el sabor y le dije a mi papá si me podía dar otro más y me dijo que te voy a dar más gaseosa que el pisco y me dio más, supongo que tomó en cuenta que si le pone más Coca-Cola el efecto del alcohol iba ser menos, el daño todo eso.” (Hugo, 17 años)

Las experiencias de consumo dentro del círculo familiar hacía sustancias legales es aceptada, demostrando la Tolerancia Social compartida en la cultura. Esto genera libertades en los adolescentes y les permite imitar conductas observadas previamente en la familia. Es una situación ilícita, sin embargo al darse el consumo con un miembro de la familia existe un factor protector y limitante lo cual es también un aprendizaje para el adolescente y aporta a la formación de representaciones sobre el Consumo Responsable.

“...cuando yo entre a este colegio, comencé a conocer a las chicas, y ahí averigüé y estuve con ellas, como eran mis amigas también salía, y ahora más que todo en quinto salimos, compramos y normal, no nos piden DNI, no nos piden nada.” (Jennifer, 17 años)

Las vivencias de los adolescentes que aúnan con el consumo de sustancias legales o ilegales tienen gran influencia como: el concepto construido por los sujetos, las ideologías y representaciones aportadas y desarrolladas dentro del grupo familiar y la influencia de los medios como una fuente de información y proyección difuminada de la realidad. Estos aspectos se articulan en una cultura de consumo en la que se mantienen las vivencias de los participantes. Por estos motivos se formaron las siguientes redes a partir de esta red general.



Estructura del concepto consumo de sustancias psicoactivas

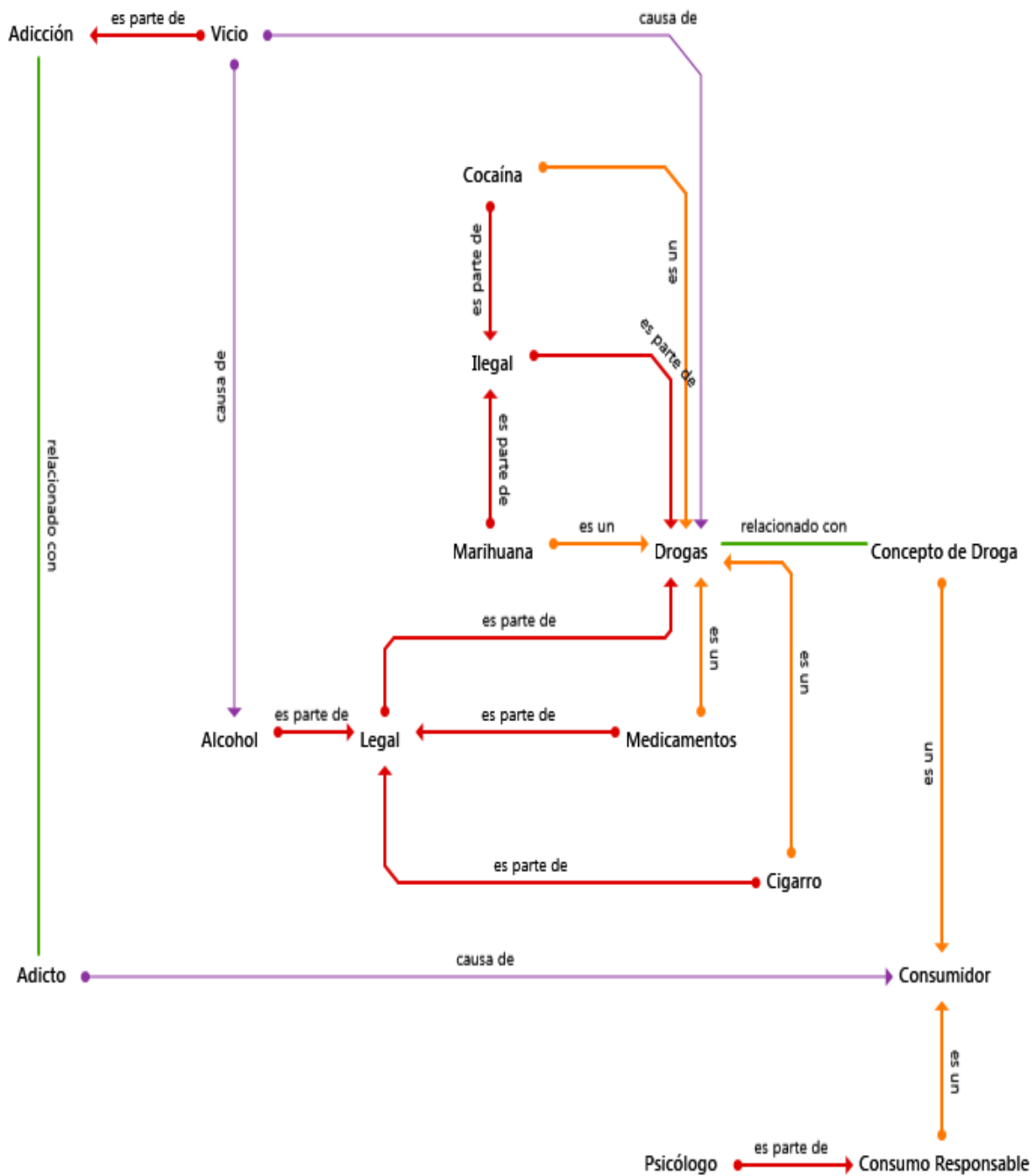


Figura 2 Formulación de un concepto de carácter social.

Un punto de partida en la formulación de representaciones sociales, está en comprender qué concepto de drogas, sustancias psicoactivas, y su consumo, es el que los adolescentes

formulan y comparten. El indicador Concepto de Droga tiene relación directa con la categoría Drogas. Definido por lo siguiente:

“La droga es una sustancia adictiva que cuando la cual algunos toman como si fuese un modo de, un método para salir de sus problemas para que estén más tranquilos así; hay unos que lo toman como sólo consumo por popularidad...” (Hugo, 17 años)

“...el alcohol y el cigarro es legal, el consumo es libre claro para mayores de edad...” (Hugo, 17 años)

“El alcohol nunca me dio el efecto de la borrachera que estuviera ebrio, el alcohol sí lo sé balancear...” (Hugo, 17 años)

El participante usa el signo sustancia para referirse y agrupar a las Drogas; describe también en su concepto la causa del consumo para la categoría drogas. Es de interés que, desde el diseño de su concepto particular ya involucra el uso de drogas para el alivio de situaciones problemáticas o adversas. Se implementa durante el proceso de entrevista la categoría Legal para agrupar a las sustancias como el alcohol y el cigarro cuya adquisición es ilegal para menores de edad, sin embargo es normal que puedan obtener las sustancias sin mayor dificultad, esta es una característica resaltable en una cultura de consumo.

“...es una sustancia que te hace sentir de una manera diferente y te hace olvidar diferente tipo de problemas...” (Diego, 16 años)

“Una sustancia que te hace eniciar y aparte de eso simplemente te vuelve un poco más, o sea te altera tu mismo ser, te altera; como te gusta lo sigues probando.” (Jennifer, 17 años)

En este otro caso los adolescentes continúan refiriéndose a las drogas como sustancias. Se repite en el participante masculino la idea de aliviar los problemas con la ingesta de sustancias. Este conocimiento se comparte en los grupos sociales y forma el concepto droga y

su uso. Otro complemento a este concepto es el término Vicio que emerge desde las representaciones de los estudiantes como un signo importante para limitar las conductas y diferenciar el consumo normalizado del consumo problemático.

El concepto y categoría de Drogas es compuesto por sustancias que los estudiantes conocen y han experimentado: Marihuana, Cocaína, que forman parte de una categoría Ilegal.

“...las drogas son ilegales las consumen más como a escondidas, que no me miren, tienen más recato en eso.” (Darali, 16 años)

“Hubo unos problemas más o menos al inicio del año, que habían encontrado a dos chicas en el baño con una manzana. Utilizaron la manzana para drogarse. Dice que una profesora las encontró y todo el chisme corrió por todo el colegio, empezaron a enterarse los padres, los padres vinieron a quejarse y empezaron a hablar fuera del colegio también. ¡Qué hay, que el colegio se están drogando!” (Darali, 16 años)

“El año pasado estaba en mi salón y tengo, tenía mis compañeras ahí que sí una vez trajeron una manzana y se drogaron.” (Raúl, 17 años)

El consumo de sustancias dentro de la institución educativa no sólo se da con aquellas legales, también existen experiencias con Marihuana como en este caso. No hay una normalización de esta conducta, pero sí una tolerancia por parte de los otros miembros escolares. Por otro lado las reacciones de los padres son diferentes, indican su propia Tolerancia Social como otro grupo social, hacía el consumo de sustancias ilegales dentro del ambiente de escolar de sus hijos.

“Las drogas que yo si quisiera serían pue las drogas legales, y lo que probé fue la marihuana.” (Alex, 16 años)

“Ya sé cómo cambia la persona; digamos con la marihuana, fue un cambio, más liviano me sentí.” (Alex, 16 años)

“Sí la he probado, me hace sentir muy aliviado, o sea me hace reír de la nada de cualquier tipo de cosas.” (Diego, 16 años)

En cuanto a las experiencias con Marihuana que no están ligadas al ambiente escolar, son más normalizadas entre los adolescentes que ya han experimentado y tienen conocimientos que comparten al grupo

“La cocaína cuando la consumí me desvanecí, me caí, no me sentía bien, no sentía el valor para llamar a alguien para que me ayudara porque no me sentía demasiado bien. Estaba solo cuando consumí, así que sólo esperé, esperé, no podía moverme, no veía bien, veía todo mareado, ganas de vomitar, me quedé ahí noma esperando pasar el efecto, podría decir unos 40 o 50 minutos..., cuando comencé a fumar tamaño mediano ahí es cuando empecé a sentirme mal.” (Hugo, 17 años)

Sólo un participante ha experimentado con la Cocaína, la experiencia que él describe como desagradable limitó y reguló su consumo, siendo tan sólo experimental. Sin embargo esta vivencia genera conocimientos y reacciones emocionales repulsivas, distintas a otras sustancias, que no promueven el consumo social de la Cocaína. Uno de los motivos por los cuales algunas sustancias son promovidas por sobre otras.

Acerca del Cigarro y los Medicamentos se incluyen por los mismos estudiantes dentro de la categoría Legal. Por otro lado, existe Influencia Social por parte del grupo y la sensación de agradable sabor del Cigarro refuerza su consumo, sin embargo la participante no reconoce otros momentos con esta sustancia. Las experiencias con el cigarro no profundizan en las vivencias cotidianas y compartidas de la participante; es otro de los motivos por los que no se promueven estas sustancias en los grupos sociales.

“Bueno porque vi mis compañeros que fumaban, yo en mi mente: debe ser rico fumar, debe ser algo bueno. Lo probé. Sentí el humo, tiene como un sabor, será de menta que lo ponen, lo sentí como un poco gusto también.” (Dayanne, 17 años)

Por su parte, los medicamentos de naturaleza legal tienen un uso específicamente clínico, para los participantes no existe un consumo social de estas sustancias legales.

“...las legales como los medicamentos cuando te sientes enfermo, los doctores a veces te recomiendan...” (Dayanne, 17 años)

“...las pastillas que te calman el dolor, eso ya se considera una droga porque ya no te sientes mal, te sientes bien con la pastilla, sin embargo puede que esa pastilla sea necesaria para su cuerpo así que la tiene que consumir porque sí.” (Jennifer, 17 años)

Es en esta misma categoría Legal donde los participantes hacen referencia al Alcohol, sin embargo, este no tiene una relación directa con el concepto de Drogas, solo tiene una relación directa con la categoría Legal,

“...el alcohol primero al ser permitido como que te haces la idea que no es dañino por ser legal...” (Darali, 16 años)

Los participantes no basan sus ideas de legalidad en las bases reales, por ejemplo los menores de edad no pueden consumir; están más fundamentadas con la no recurrencia del daño y la permisibilidad del consumo amparada para otro grupo social, dejando de lado la interiorización real de lo que implica el consumo de sustancias.

“Sólo consumí alcohol por los diferentes tipos de amistades que me acompañaban o consumía por diversión por el estilo así.” (Diego, 16 años)

“El alcohol es uno de los populares, he visto en el colegio que muchos han consumido el alcohol, me incluyo.” (Hugo, 17 años)

Al mismo tiempo, hay una asociación al consumo de alcohol por diversión y en grupo social. Siendo esta sustancia la más popularizada entre los estudiantes, mediante la comunicación de representaciones sociales y experiencias compartidas.

El Concepto de Droga se incorpora en las representaciones que tiene el indicador sujeto Consumidor. Asimismo, las representaciones percibidas como Consumo Responsable, también se incorporan al Consumidor descrito como:

“El consumidor puede ser que se balance su consumo, en unas ocasiones de vez en cuando...” (Hugo, 17 años)

“...si tú lo consumes no mucho tiempo no tanto como mucho, no es muy peligroso.” (Diego, 16 años)

Es evidente como las representaciones expresadas por los participantes están transpuestas bajo un modelo clínico de frecuencia de consumo, ignorando los principios psicológicos de consumo en su propia cultura como la importancia del significado que le han otorgado a la sustancia o el consumo como dispositivo para enfrentar problemas. Aun así, con estas representaciones los participantes diferencian la tipología de consumo entre sujetos y la percepción del peligro o consecuencias de no llevar un Consumo Responsable.

“Cambian en su forma de pensar...” (Jennifer, 17 años)

“Que sea muy extrovertido, demasiado, es tan hiperactivo y habla sonsera y media.” (Jennifer, 17 años)

El consumidor es un sujeto que cambia desde una perspectiva de pensamiento, un aspecto psicológico del consumo que está incluido en las representaciones sociales compartidas.

“Bueno yo por primera vez: miraba que era una como persona descuidada, no le interesaba. Y después que conocí así con mis compañeros que yo probé también droga, dije pues porque les gustaba pue”. (Alex, 16 años)

“...cuando ya consumes a veces las personas que te rodeen hablan de una forma diferente, las que digamos son personas digamos que consumen drogas demasiado, o consumen más que tú y hablan de una forma diferente, y a veces te provoca a ti también hablar y lo hablas, y cambia mucho tu forma de hablar; también cambia tu forma de actitud, tu actitud hacia las personas que a veces tenías respeto, o como también las personas que conoces; y tu vestimenta a veces cambia por el estilo, ya no te sientes de la misma forma de vestir, digamos a veces andabas con corbata y camisita, o con camisita y pantalón, ahora te andas con tu polera y un pantalón a oscuras, con tu capucha algo así por el estilo, es la forma en que las personas cambian.” (Diego, 16 años)

También como se verá más adelante, se resaltan las diferencias del sujeto Consumidor como una persona diferente al no consumidor, el participante lo percibe como una persona que está en proceso de cambio o ya ha cambiado su actitud, apariencia y su forma de expresión.

En relación con el signo Vicio, surgió la necesidad de definir el término durante el proceso de entrevista y su importancia para esta investigación.

“Sí les afecta, a parte o sea es un vicio, se vuelven viciosos más quieren eso, o sea más se preocupan de eso.” (Raúl, 17 años)

“...que no puedes vivir sin eso o sea, siempre te angustia, siempre quieres probarlo.” (Raúl, 17 años)

En este concepto el participante entrega más consideración a la sustancia como el problema y deja de lado otros significados psicológicos que implican el consumo y la adicción hacia una sustancia.

“...puedes agarrar vicio al alcohol como también a las drogas. Primeramente en el alcohol te puedes echar a perder...” (Jennifer, 17 años)

Los participantes manifiestan que el Consumidor al no manejar un concepto de Consumo Responsable, que sea apropiado, puede convertirse en un sujeto Adicto, que tiene una relación directa con la Representación Social de la Adicción. Además, el concepto de Vicio también se incluye en la representación de la Adicción.

Al querer profundizar en las diferencias entre un sujeto consumidor y un sujeto adicto, los participantes señalaron:

“...ya es adicto cuando ni bien termina la semana dicen sale, sale y o sea ya comienzan y siempre tienen esa idea de cada fin de semana salir, o tomar, o hacer algo, o esa necesidad.” (Jennifer, 17 años)

“...ya lo vuelve malo el uso que le damos nosotros.” (Jennifer, 17 años)

“...ya está o sea en problemas, en vicio...” (Raúl, 17 años)

Otro aspecto importante a resaltar es que las representaciones de la categoría Psicología compone una de las características formadora del concepto de Consumo Responsable. Los estudiantes mencionaron representaciones y aplicaciones que ellos entienden por Psicología en relación al consumo. Los participantes expresan lo que ellos consideran como consumo responsable y la función del profesional en psicología sobre esta materia:

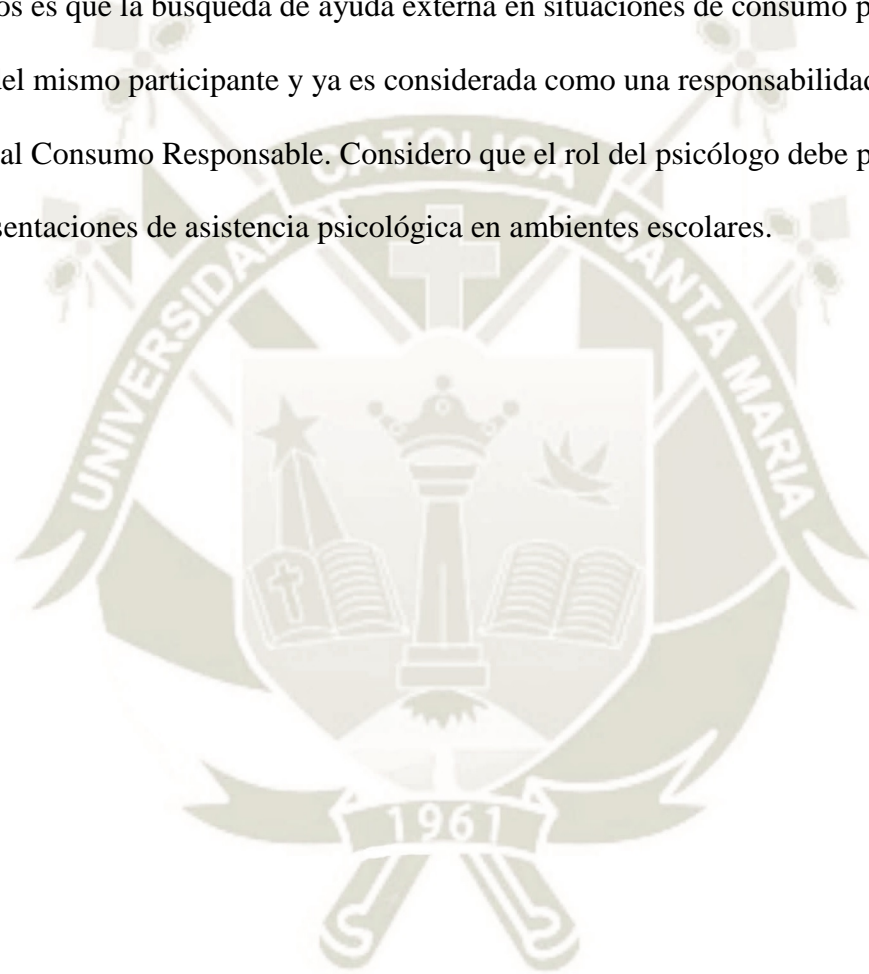
“...yo busqué una psicóloga que yo tenía confianza y confesé decirle que yo he consumido y quisiera que me diera unos consejos para saber cómo puedo dejarlo, me dijo que el deporte, has deporte; consume sustancias en vez de, cuando tengas ese deseo, ganas de consumir la droga, consume en vez de eso un chocolate, un poco de azúcar, la cosa es que te satisfaga ese deseo.” (Hugo, 17 años)

“...ustedes vienen a comunicarse: lo malo, lo bueno. Pienso que esas personas que empiezan a consumir tratarlas, no sólo a las que son adictas, sino a las que también, a las que están empezando.” (Hugo, 17 años)

“...son jóvenes es responsabilidad de ellos mismos” (Dayanne, 17 años)

“Un deporte, no sé, ir al psicólogo” (Raúl, 17 años)

Existen referencias por parte de los entrevistados que el psicólogo puede ser un apoyo en este problema, sin embargo sólo uno de los participantes asistió a consulta. Lo que resalta en estos casos es que la búsqueda de ayuda externa en situaciones de consumo proviene del análisis del mismo participante y ya es considerada como una responsabilidad personal, asociada al Consumo Responsable. Considero que el rol del psicólogo debe profundizar en las representaciones de asistencia psicológica en ambientes escolares.



Ideología familiar en las representaciones del consumo

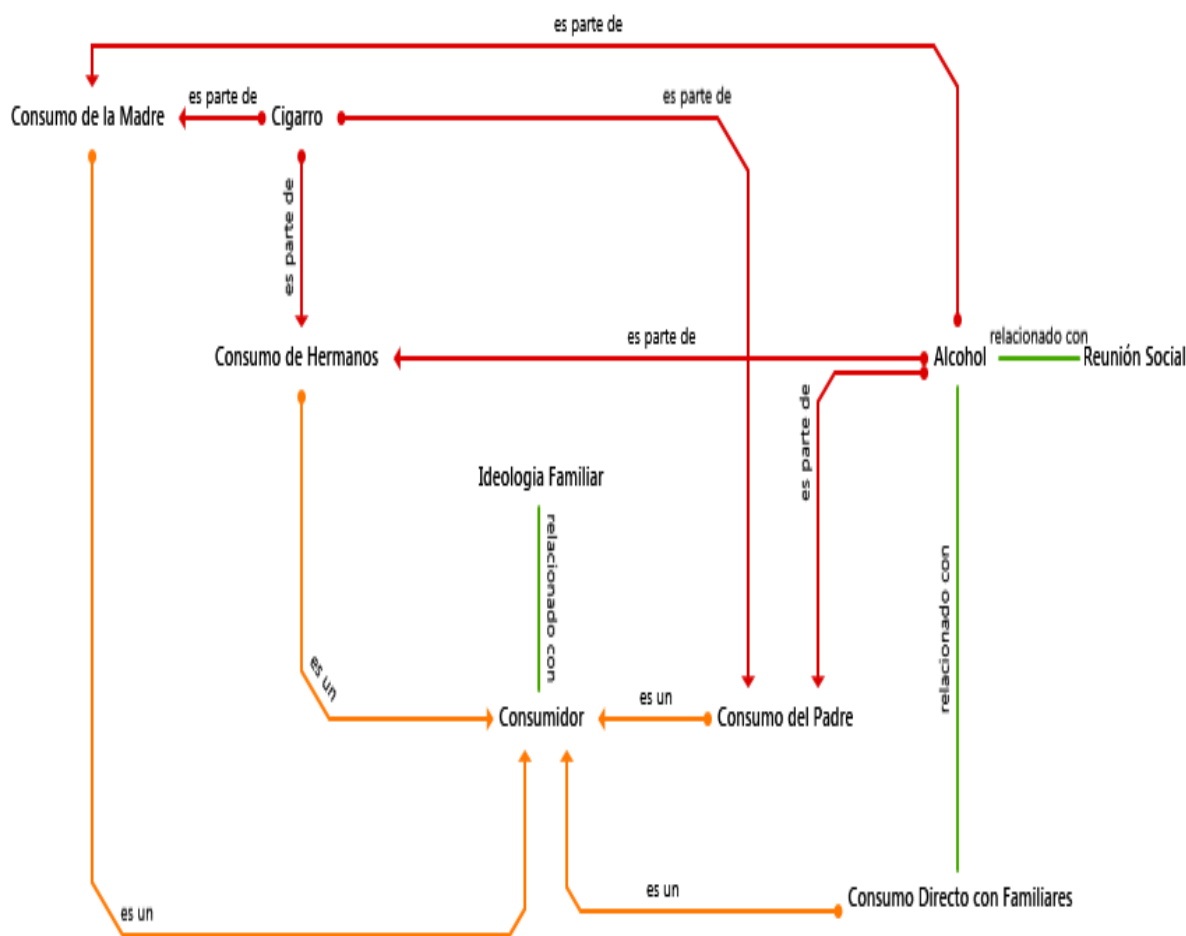


Figura 3 La ideología familiar en la construcción de representaciones sociales.

Las representaciones que componen el indicador Ideología Familiar tienen relación directa con el sujeto Consumidor, esto es debido a que todos los participantes forman parte y son dependientes de un grupo familiar, en el cual se comparten conductas, ideas y representaciones sobre el consumo de drogas. La Ideología Familiar está compuesta de 4 mundos de referencia, fuentes de información o representaciones de consumo, los cuales se formaron durante el proceso investigativo y en el análisis de las entrevistas de los participantes. Ahora bien, no todos los participantes pertenecen a una familia nuclear, sin

embargo mencionan a los miembros importantes y de los que tienen referencias sobre las drogas y su consumo.

Sólo 3 participantes mencionaron a sus hermanos, específicamente mayores; los consideran referentes importantes en el desarrollo de la ideología del grupo familiar relacionada al consumo de drogas. Comentaron lo siguiente:

“...mi hermano también vivía acá, estudiaba acá, y tenía compañeros, varios compañeros que fuman droga y bebidas alcohólicas. De ahí uno de mis compañeros se juntó con ellos y de ahí a nosotros ya nos llamó.” (Alex, 16 años)

El hermano cohabitó en la misma institución educativa que el participante y las situaciones de consumo son similares a las que experimenta ahora, refiriéndome a la influencia social del consumo y el uso de drogas como marihuana y alcohol.

“...mi hermana mayor es joven y mi papá le deja permiso, entonces ella puede salir y puede venir, y si está tomada de todas maneras mi papá se molesta, pero ella si puede tomar.” (Darali, 16 años)

“...cuando mi hermana se va de fiesta y regresa está oliendo a cigarro alcohol y yo le digo, dame tu casaca y no la botes a la ropa sucia todavía, y me la da porque sabe. A mí gusta oler, el olor. Pero no he fumado, no me he drogado.” (Darali, 16 años)

“...desde chiquitas siempre me ha gustado estar cerca de mi hermana y como que para incluirme con ella, y ellas toman y ese día planeaban tomar y yo le dije ya, ya, ya. A mí personalmente, yo detesto el alcohol, no puedo ni con el vino, me da asco, no puedo. Pero mi hermana para que no me deje de lado, empecé a tomar ese día...” (Darali, 16 años)

En este caso la hermana se muestra como alguien que experimenta vivencias relacionadas al consumo, la hermana al compartir este ambiente familiar, ser observadora e incluirse en las

vivencias, accede al consumo, también encuentra agradable una característica no directa del consumo de cigarro que sería el olor. Esto le da más significado al cigarro.

“...estaría viendo como un ejemplo al padre, o a la mamá o a un hermano.” (Raúl, 17 años)

“Claro, mi hermano alcohol pero droga no... Así en compromisos o cualquier cosa importante que pase en la familia, pero así de la nada no toma.” (Raúl, 17 años)

“...él estaba también medio tomado, y cuando estaba tomado, tomé. Al día siguiente me dijo: no vas a estar tomando, solamente me llamó la atención; me dijo: que no haga esas cosas, no era mi edad todavía.” (Raúl, 17 años)

Por otro lado existe también la figura de autoridad que fomenta en la construcción representaciones relacionadas al Consumo Responsable. Las conductas de consumo del hermano mayor también se van a repetir en miembros menores y en las situaciones normalizadas de consumo como en Reuniones Sociales, asimismo hay una conducta protectora que busca delimitar el consumo del participante, lo que refuerza una figura de autoridad del hermano, que en este caso sería apropiada por las implicancias legales del consumo.

En cuanto al Consumo por Parte de la Madre, se interpreta como una Influencia Social, descrita como Curiosidad por los participantes. Esto se da cuando el participante observa y analiza el consumo en particular de un miembro de su grupo social familiar.

“Cuando era niño más me concentraba en jugar divertirme, pedir a tu mamá que te da algo y no te dé y hacer tu berrinche y todo eso, ya cuando fui creciendo fui tomando ese pensamiento de es mi cuerpo y yo hago lo que quiero , ahí es cuando empecé a transcurrir y experimentar por así decirlo.” (Hugo, 17 años)

“...mi padre consume más alcohol que fuma, mi madre más fuma que el alcohol, ese sería la diferencia.” (Hugo, 17 años)

“...tuve la oportunidad de una vez fumar por curiosidad, mi mamá fuma yo me los agarré y empecé, al inicio como que no me gustó, y en otra ocasión probé uno que supuestamente era sabor a limón, lo probé de curiosidad...” (Hugo, 17 años)

Se denota la idea que el hijo al crecer va formando pensamientos independientes de las representaciones compartidas por el círculo familiar. Estos pensamientos o dudas se consideran como Curiosidad por los adolescentes. Y es la experimentación lo que satisface esa llamada Curiosidad, y que al realizarse sería una imitación de conducta.

También el Consumo de la Madre y sus conductas influyen en las representaciones de lo que los participantes entienden por Consumo Responsable.

“Los padres enseñan a los hijos.” (Dayanne, 17 años)

“...algunas madres piensan que tienen un hijo y tienen que cuidarlo tienen que saber, por eso toman medidamente, o si no también por su responsabilidad sabiendo que tienen una responsabilidad digamos el de cuidar o el de manejar un carro...” (Dayanne, 17 años)

La idea que la enseñanza de un padre se da también de forma indirecta, como sería la imitación, está presente en la participante. Para ella la madre debe resaltar cualidades de responsabilidad cuando haya situaciones de consumo.

“Me han dicho que es dañino que ya no debería consumirlo y no debería hacerlo por el estilo. Pero mi forma de crecer, o sea de crecer más y tener más años me dijeron que si voy a consumirlo que tenga cuidado.” (Diego, 16 años)

Continua recurrente la diferencia que existe entre representaciones cuando los participantes era sujetos no consumidores y las representaciones actuales. Y en este caso la

Ideología Familiar actual es tolerante frente al consumo del hijo, sin embargo el rol protector está en promover conductas de protección, o como se ha descrito un Consumo Responsable.

“En cambio cuando creces en un ambiente el cual es súper liberal y te dicen sí no hay problema, no se hacen bola con nada, es más permisible.” (Darali, 16 años)

El entorno es percibido por los participantes como favorecedores de ciertas conductas y libertades. La Tolerancia Social captada por los participantes en su grupo familiar, les ha permitido mantener conductas y actitudes favorecedoras frente al consumo de sustancias legales como Alcohol y Cigarro.

Se debe resaltar que al existir consumo por parte de un miembro importante de la familia; la imagen y representación que simboliza este rol se modifica para el hijo observador de su círculo familiar.

“...mi madre vino así ebria por el estilo, y al principio no me agrado porque su forma de carácter de ella es de ser muy seria, o ser muy demasiado a veces agresiva, y se comportaba de manera agresiva no me gustaba eso por el estilo. Y es una experiencia que demasiado fea, me gustaría borrarla porque es algo que, tú ver a tu madre así tú la sientes como una gran persona, pero cuando viene ya intoxicada y viene así y se comporta de esa forma a veces te baja el ánimo por esa persona de lo que estaba aquí puede bajar...” (Diego, 16 años)

Los cambios que tiene en la conducta una madre consumidora desagradan al hijo. Al experimentar esta situación, deteriora la significación de la madre para el grupo familiar, y afecta su relación con este miembro. Por otra parte, observar esta vivencia y la información aprendida durante, no es impedimento para que el hijo imite y continúe en el consumo de alcohol.

Con respecto al Consumo por Parte del Padre, se evidencia las experiencias de consumo y la construcción de representaciones por Influencia Social.

“...por la amistad y por a veces encontrarse con diferentes tipos de personas, o a veces de los padres o sea los hombres, eh los papás van a tomar, porque después de una pichanga, o después de un partido, de deporte se van a tomar” (Diego, 16 años)

“...cuando un padre bebe y llega a su casa borracho francamente es algo malo porque, una puede ser porque el padre no sabe cómo se pueda comportar cuando esta intoxicado y puede comportarse agresivamente como también no agresivo o alegre o triste...” (Diego, 16 años)

La integración de su padre con un grupo social para una actividad competitiva está asociada al consumo de Alcohol. Así mismo la conducta bebedora del padre que terminó con su grupo social, es transportada a su hogar y desagrada al hijo, debido a cambios agresivos en el comportamiento que surgen durante la intoxicación alcohólica. A pesar de vivenciar esto, el hijo continua con conductas favorables al consumo y afectando al significativo y a la relación con el padre.

“Cuando mi padre consume es diferente, no actúa igual... Cuando mi padre bebe, llega a casa, consume en casa, me molesta demasiado, no me agrada. Y mi papá a veces va a hacer su deporte y después empieza a tomar, llega tarde así. Su trabajo también no sé si decirlo, consiste, pero él es músico, toca y bebe, va a tocar a fiestas, locales y empieza el consumo de alcohol.” (Hugo, 17 años)

Una vez más se presenta el desagrado a las conductas de consumo dentro del hogar, también toma más significado el consumo de alcohol después de una actividad deportiva. Es interesante como este participante reconoce a la Reunión Social como un ambiente favorable al consumo porque vivencia que en el trabajo de su padre se da el consumo de Alcohol.

Un categoría significativa en el proceso de entrevistas y en la composición de la Ideología Familiar son las experiencias de Consumo Padre con Hijo, algunas de estas experiencias incluso fueron el primer consumo referencial de los participantes.

“...mi primera experiencia fue con la cerveza, mi papá quería consumir me dio un poco para probar, lo probé, sentí amargo, no me gustó su sabor...” (Hugo, 17 años)

“Sí me dan pero en baja cantidad, o sea el champan el vino.” (Alex, 16 años)

El consumo aprobado por los padres incrementa la Tolerancia Social frente a esta actividad, a su vez, se ve reflejada esa misma tolerancia en otras experiencias de los adolescentes donde también se imitan conductas de consumo de Alcohol.

El consumo directo con los padres también está asociado a la Reunión Social, en este ambiente se comparte la conducta de consumo por los miembros de la familia. Esto fomenta el incremento de la Tolerancia Social y la Normalización del consumo en situaciones sociales donde los adolescentes comparten el mismo ambiente.

“El alcohol en ocasiones a veces hay una fiesta con mi papa. Así probé el cuba libre, la cerveza, otros licores, el pisco, tequila, pero solo por curiosidad.” (Hugo, 17 años)

“...hay padres que van a matrimonios con sus hijos, todo bien hasta ahí, la celebración, el coctel ya, pero ya después cuando empiezan a tomar cerveza y todo se olvidan de los hijos...Se olvidan de ellos hasta el día siguiente.” (Jennifer 17 años)

Al igual que el Consumo por Parte de la Madre, al existir conductas de consumo en el grupo familiar la imagen y el significado del padre se ve alterado, también la figura de autoridad, y la relación con este miembro.

“Lo imitaría lo que él hace... Como vive a su alrededor también quisiera hacer lo mismo.” (Alex, 16 años)

“Si un padre está consumiendo delante de su hijo así creo que sí afectaría, para reclamarle a un hijo también yo creo.” (Raúl, 17 años)

La Ideología Familiar que se comparte sobre el uso de Alcohol se imita en los grupos sociales de los adolescentes.

“...influye en que a veces los hijos ven a los padres y lo quieren reflejar, a veces y quieren hasta veces lo hacen, provocan cómo se siente cómo es.” (Diego, 16 años)

“...toman delante de nosotros, están ahí celebrando a lo grande y no se den cuenta que uno está a lado mirando, nosotros pensamos vaya que bien toman y que bien se ve que esto. Nosotros hay que probar igual.” (Dayanne, 17 años)

Entonces existe el hecho de la Influencia Social que genera el observar a un miembro importante del grupo familiar consumir y tener actitudes y representaciones conectadas al uso de Alcohol.

“Los niños generalmente observan y como que quieren hacer, probar; así mientras el padre está tomando algo por curiosidad el niño también puede probar algo, al principio no le va a gustar porque en sí es feo, pero después.” (Jennifer, 17 años)

Esta observación constante, desde los primeros años de pertenencia al grupo familiar genera ideas de Normalización del Consumo.

“El hijo lo tomaría normal. Si él fumaría lo tomaría normal como sus padres lo hacen.” (Alex, 16 años)

“Siempre que se junta mi familia, toman; ahí si es algo normal tomar.” (Darali, 16 años)

“...cuando el niño crece viendo ese tipo de acciones lo relaciona con que es algo normal.” (Darali, 16 años)

Mientras exista consumo por los padres en el grupo familiar se considerará normal la expresión de conductas favorables hacia el consumo por parte de los hijos.

“...creo que ya sabe mi mamá, sabe que ya tomo y no pasa nada, o sea me dijo que me cuidara y esas cosas por el estilo...O sea que ya no lo hiciera, y si lo voy a hacer que me cuide o sea que tenga un poco más de respeto con ella para que no venga de esa forma. Bien, digamos que te digo tan ebrio como por el estilo, como para hacer mucha bulla o hacer problemas. O sea venir tranquilo.” (Diego, 16 años)

Los participantes también están en la capacidad para distinguir lo que sería un consumo problemático dentro del círculo familiar, y de las consecuencias de esta situación en los hijos

“...sería un exceso o sea en ambos que consuman creo que habría problemas, se alejarían más de los hijos, los hijos serían más descuidados, o sea tendrían problemas.” (Raúl, 17 años)

“...el desapego a la familia. Cuando los dos consumen dejan de atender al hijo, dejan de hacer las cosas, están más al pendiente de la fiesta y o sea dejan de hacer sus quehaceres, o hacen mal su trabajo y ya pues se comienzan a malograr ellos mismo, sin darse cuenta porque supuestamente es cada cierto tiempo, pero ya lo hacen seguido, ya es de ellos.” (Jennifer, 17 años)

Con lo anterior se demuestra que la Ideología Familiar sobre el consumo es imitada por los hijos en otros grupos y en situaciones sociales similares a las que son toleradas por su familia. Asimismo, sólo son las sustancias legales, en especial el Alcohol, las que están normalizadas en las familias. Cuando se observan experiencias desagradables que están relacionadas al consumo de alcohol por parte de sus padres, la relación con estos y el significado del rol en la familia se deteriora.

La publicidad y los medios en las representaciones del consumo

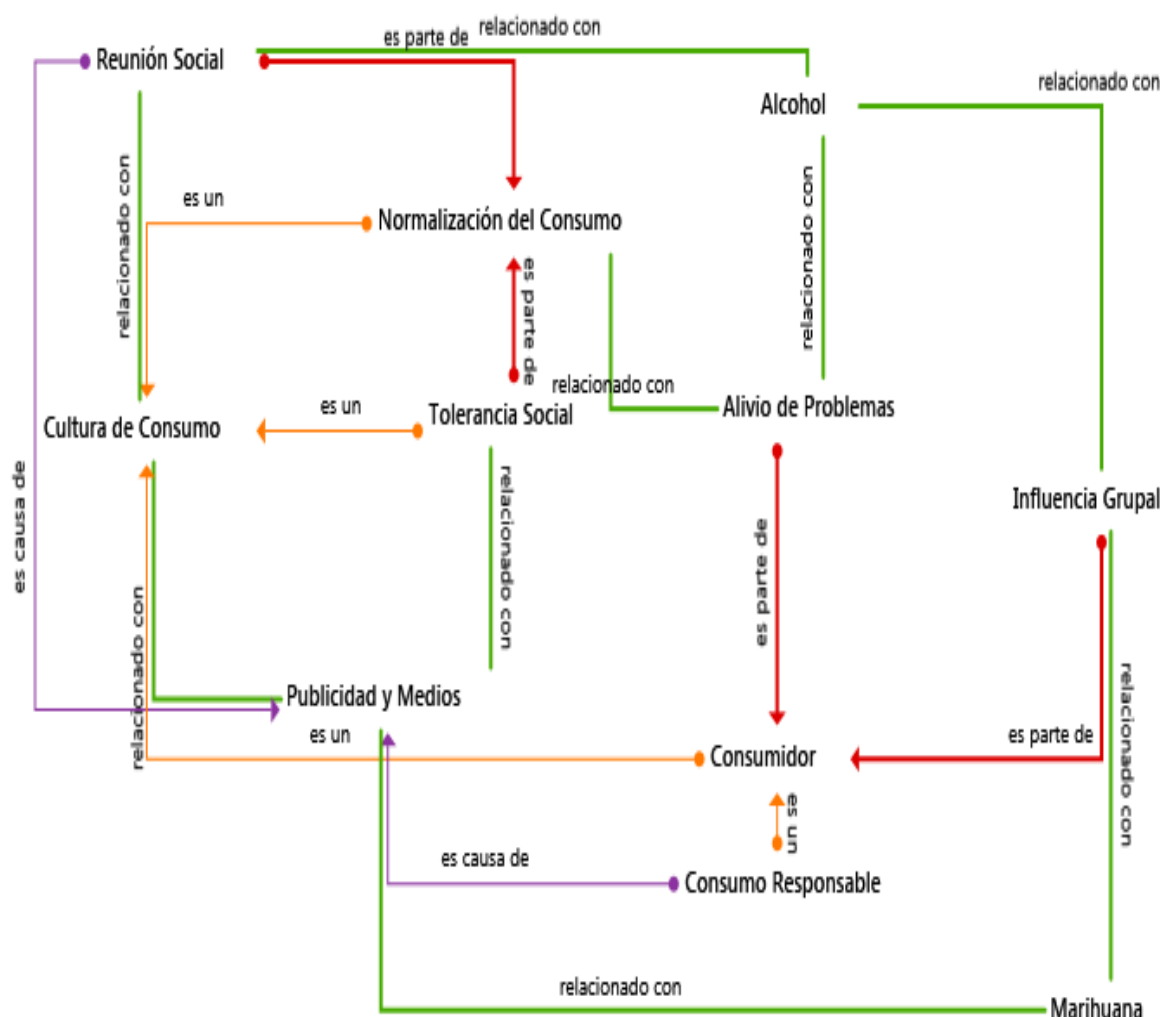


Figura 4 Influencia de la publicidad y los medios en la construcción de representaciones sociales.

Los participantes identificaron como fuentes de información y de publicidad a la señal televisiva, Facebook y YouTube. Los medios influyen en la construcción de representaciones sociales bajo cuatro diferentes signos: Diversión, Alivio de Problemas, Reunión Social y Consumo Responsable.

Lo que más recuerdan los adolescentes sobre la publicidad de alcohol, más específicamente cerveza es la sección: tomar bebidas alcohólicas es dañino.

“Tomar con los amigos, jueves de patas, así. Pero al final dice: Tomar bebidas alcohólicas en exceso es dañino.” (Jennifer, 17 años)

“Que dice su consumo en exceso es dañino, algunos no lo toman en cuenta y consumen, algunos dicen que es tratado de cebada, trata de hacerlo que es natural, que es bueno, pero siendo el caso es malo.” (Hugo, 17 años)

La existencia de este mensaje es interpretado como una sátira por los adolescentes participantes, y no limita el consumo, siendo considerado como un mensaje ineficaz en fomentar un consumo responsable. Asimismo, estas declaraciones influyen sobre el Concepto de Drogas.

“Lo que pienso sobre esa publicidad, para qué publicas si dices que tomar bebidas alcohólicas es dañino. Pensaría en tomar debidamente.” (Dayanne, 17 años)

“Claro eso de consumir bebidas alcohólicas en exceso es dañino. El mensaje que dan supuestamente para que te cuides pero en realidad es su obligación, porque según sé, tienen que presentar su publicidad sobre el alcohol pero también como en el cigarro, te dan el cigarro y atrás tiene que tener obligatoriamente las consecuencias de consumir eso.” (Darali, 16 años)

Estos mensajes son obligados a ser mostrados por normas nacionales, sin embargo no cumplen con una función, si es que la tuvieran, que impida el consumo en sujetos menores de edad.

Por su parte, la televisión nacional muestra conductas de consumo que suponen son propias de una cultura y refuerzan su sostenibilidad dentro de la misma al ser difundidas.

“Ahora también en De Vuelta Al Barrio que siempre, cada vez que hay problemas se van a tomar atrás, a la trastienda, y o sea eso ya está incentivando a eso.” (Jennifer, 17 años)

Incluso en los medios se muestra al consumo de alcohol como un método para aliviar momentáneamente problemas, conducta que se repite en la Cultura de Consumo vivenciada. Simultáneamente los medios permiten a los adolescentes expresarse y aprender de otros individuos dentro de las redes sociales virtuales en las que interactúan.

“Sí, los memes normalmente hay: cuando ella no te quiere y la imagen del chico tomando. O, terminé con mi novia, hoy se toma y cosas por el estilo. O, es fin de semana y el cuerpo lo sabe, y una reunión de amigos con alcohol.” (Darali, 16 años)

“Bueno publicaciones de mis ex compañeros... Con la weed; decían: no te enamores, puedes morir, mejor fuma y sí vuelas. Algo así... Porque les ha ido mal en eso y pues porque siguen consumiendo” (Jennifer, 17 años)

Se repiten en los medios y en la red social Facebook aspectos como el consumo para aliviar situaciones adversas o problemáticas o el consumo por reunión social. Estas ideas son habituales en los participantes consumidores de alcohol o marihuana, siendo la falta de habilidades emocionales y de afrontamiento de problemas características comunes en los adolescentes participantes.

Además, existen representaciones que influyen al concepto de Consumo Responsable, las cuales están asociadas a transmitir de manera ponderada las consecuencias del consumo.

“Sí he visto en videos o en Rosa de Guadalupe, en esas cosas que a veces se desmayan cuando están probando.” (Raúl, 17 años)

“Sí, normalmente las series, las novelas como la Rosa de Guadalupe sí te muestran las consecuencias de consumir, te muestran lo que va a pasar, después, antes, lo que ocasionas en tu entorno.” (Darali, 16 años)

Esta serie televisiva, que no es precisamente una proyección de la realidad, es un referente por su influencia en la construcción de representaciones sociales sobre el consumo de drogas,

favorece a limitar el consumo de sustancias y en prolongar la edad de inicio de experimentación con drogas. Destaca entonces la participación del rol de los medios y ciertas series televisivas en las representaciones de fenómenos sociales.

Desde otro ángulo la publicidad de alcohol no demuestra conductas aversivas frente al consumo, muestra sujetos consumidores responsables.

“Que es como una aperitivo el alcohol, porque hay que balancearse; Consumirlo pero hay que tener en cuenta las actividades que tiene que hacer, si estas en un bar y tienes que conducir puedes ah, tomar un vaso, dos vasos ya si no puedes aguantar y tienes que conducir puedes hacer daño a ti u otras personas.” (Hugo, 17 años)

El medio en el que el sujeto es más activo es Facebook, esta red permite tanto a los participantes como a los usuarios en general compartir información e ideas propias. En este caso particular un participante consumidor encuentra esta idea en su red social y la comparte. Demostrando una tolerancia hacia el consumo, pero no promoviéndolo.

“En Facebook, sobre las drogas, creo que: consumir drogas no te hace más ni menos.” (Alex, 16 años)

“Las drogas si vi también, en Facebook pasan miles de cosas: las drogas es lo más delicioso que puedes probar... Sí diría que sí, incentiva a los jóvenes ellos ven, comparten lo que hacen.” (Dayanne, 17 años)

Esta otra participante reconoce que los mensajes que ella encuentra en su red social son más directos y considera que sí fomentan el consumo, también estos mensajes son compartidos por otros miembros de su círculo social que encuentran en este medio una forma de compartir sus vivencias o ideologías.

“Cuando están juntos con amigos, cuando estás en amigos, la gente compra; pero cuando estás solo a veces no te incitan, no te llama mucho la atención.” (Diego, 16 años)

“Pues porque en la propaganda se muestran felices, celebrando, estando bien así, y supongo que ven esa felicidad, la quieren y por eso toman.” (Jennifer, 17 años)

Las representaciones que se transmiten por los medios de comunicación y específicamente en la publicidad sobre alcohol, involucra un consumo influenciado por el grupo social, fomentando la imitación de conductas agradables que los adolescentes buscan repetir en sus propias experiencias de consumo ya que también son repetidas por su círculo familiar cuando se dan momentos de reunión social o celebración.



La cultura de consumo de sustancias psicoactivas de los adolescentes

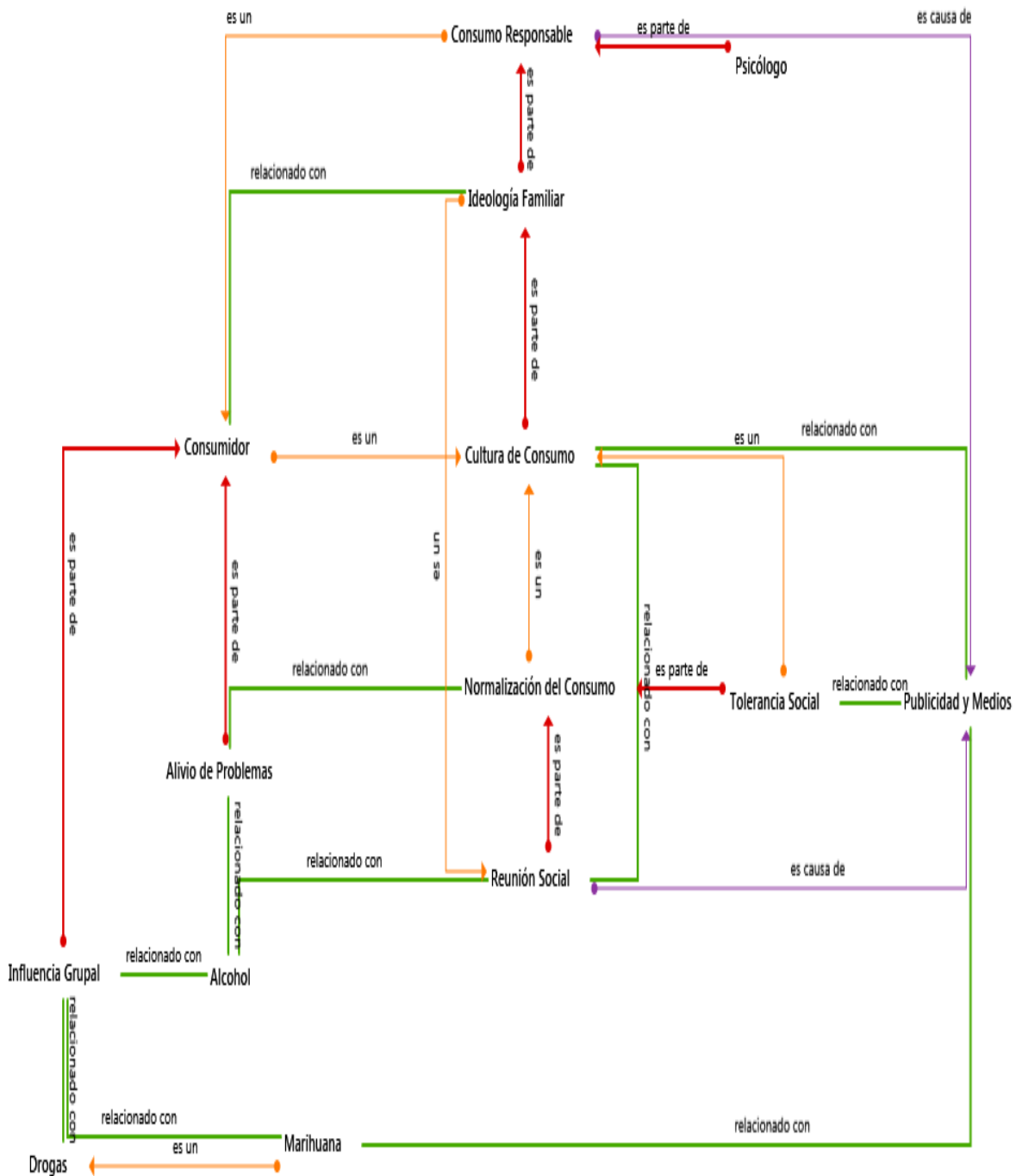


Figura 5 La cultura de consumo y las representaciones sociales.

Se deben considerar los resultados previos para poder comprender la red más compleja obtenida en esta investigación. Y es que, las representaciones obtenidas al ser de naturaleza

social se comparten en un ambiente que se describe como la Cultura de Consumo de sustancias psicoactivas. Esta categoría está compuesta por representaciones de Tolerancia Social y Normalización del Consumo, junto con las representaciones de un sujeto Consumidor, el cual en plural es activo y compone esta cultura. En el ambiente cohabitado por los participantes, la obtención de sustancias lícitas es común para menores de edad, la facilidad de adquirir alcohol es una actividad regular, y por eso, aporta a la Normalización del Consumo en este grupo social. Las normas legales que sirven para proteger al adolescente son ineficaces cuando existe la disponibilidad de adquisición de la sustancia.

“No, más bien debería prohibirse otras cosas...El alcohol a menores de edad, porque mis compañeros van a comprar y normal les dan. (Jennifer, 17 años)

“De cualquier tienda se puede obtener eso.” (Raúl, 17 años)

Otro ambiente social donde el consumo de Alcohol está normalizado es la Reunión Social. Claramente los adolescentes ya son partícipes de este tipo de congregación e imitan aquello que es común y tolerable en la conducta cultural aprendida por el grupo familiar, los medios y la socialización con los pares.

“...una cosa es salir a una fiesta, y siempre hay cocteles, siempre hay; o sea tú consumes alguna cosa....” (Jennifer, 17 años)

Cuando la percepción acerca del consumo de Alcohol en el círculo social es aceptada y normalizada, se generen actitudes favorables o de tolerancia hacia la sustancia psicoactiva.

“Sí creo que ya es normal, creo; no sabría decirle muy bien por qué, hay ya muchas personas creo, que he visto en el colegio que también consumen por el estilo y es algo normal ya...” (Diego, 16 años)

“...anteriormente cuando estaba en segundo, en tercero, sí había; cuando estaba en segundo mis compañeros de otra clase traían, en sus refrescos así mezclado.” (Alex, 16 años)

Sin embargo, los sujetos sociales consumidores vivencian y socializan el uso del consumo de alcohol que es común para ellos. Es así como, el consumo por Alivio de Problemas se presenta como una alternativa y un dispositivo para auxiliar momentáneamente necesidades emocionales frente a situaciones complicadas consigo mismo, los pares o con el grupo familiar.

“...que lo hacen por problemas o les pasa algo, tienen problemas psicológicos o algo así, o problemas familiares algo así.” (Raúl, 17 años)

“Creo que quería tomar, justo ese mismo día que estábamos tomando, estaba mal con su enamorada, el lunes resulta que terminaron y todo eso” (Jennifer, 17 años)

“...lo hacen porque quieren, porque tienen a veces problemas con su enamorada, con sus familiares, cualquier situación que haya...” (Dayanne, 17 años)

El uso de Alcohol como método para sentir temporalmente un alivio de problemas no es sólo una característica del adolescente consumidor, está presente también en el grupo familiar consumidor. Esto da soporte a la imitación de conductas, y la falta de habilidades para afrontar problemas o situaciones emocionales complicadas, carencia que se transmite de padres a hijos.

“Por problemas o por estrés; porque he visto que diferentes tipos de personas, son estresantes su trabajo, personas que cuidar; o sea a ves se prestan dinero, a veces la familia; problemas con el esposo, la esposa o diferente tipo de problemas; los padres se ponen tanto así que se ponen a tomar.” (Diego, 16 años)

Un problema latente dentro del ambiente de los adolescentes es la aceptación e integración a un grupo social. Si el grupo en el que un sujeto quiere incluirse comparte una Cultura de Consumo, con conductas y actitudes positivas hacía las sustancias psicoactivas, el sujeto tendrá que imitar aquellas necesarias para integrarse o no tener la total aceptación del grupo.

“Primero no tienen ese autoestima que les haga, como las drogas les hacen actuar de una forma distinta no se sienten bien con su misma forma de ser, es por eso que las consumen para agradar a más personas, y eso está mal.” (Jennifer, 17 años)

“Como digo uno es para escaparse de sus problemas, supuestamente los va aliviar, en otros ya por popularidad, ellos consumen y si yo consumo voy a ser como ellos, populares.” (Hugo, 17 años)

Los adolescentes, al estar ya integrados un grupo social comparten conocimientos sobre el consumo y se influyen entre ellos. Mediante el lenguaje elaboran colectivamente representaciones sociales que influencia su conducta en el grupo.

“...por la inclusión por el círculo de amigos, la influencia.” (Darali, 16 años)

“Quizá porque no quieren sentirse solo en esa acción, en querer tener el grupo y compartir el mismo pensar, el mismo sentir, las mismas acciones. Quizá no sé, igual es como una bacteria que quiere multiplicarse y podrir a los demás.” (Darali, 16 años)

“...su compañero de mi hermano era como menor de edad, y por eso él a mi compañero le enseñó después a ser así.” (Alex, 16 años)

Dentro de esta cultura, los participantes también mencionaron que las sustancias son más accesibles y su consumo está abalado y normalizado cuando se encuentran en un grupo social. Los ambientes más comunes de integración y donde hay facilidad de obtención y consumo en los adolescentes son las fiestas o reuniones sociales de celebración.

“Bueno cuando salgo a fiestas, a veces salgo a discotecas con una amiga ya ahí consumo.” (Dayanne, 17 años)

“...sólo cuando salgo con mis amigos ahí ellos pues compran, ofrecen, y ya compremos en grupo.” (Jennifer, 17 años)

Este fenómeno social no sólo se vivencia en espacios exteriores a la institución educativa, sino que, el centro de estudio es también un ambiente de socialización, de expresión de actitudes y conductas favorables al consumo de sustancias. Los momentos de consumo dentro del colegio han sido efectuados por un grupo social, y no sólo un sujeto en particular. Por otra parte, dentro de la institución hay casos de consumo de Marihuana, una sustancia ilegal. La Tolerancia Social frente a esta sustancia es diferente a la del Alcohol, por ende existieron conductas de sanción por parte del grupo de participantes, sin embargo, las acciones llevadas a cabo no parecen ser suficientes ni adecuadas para confrontar el problema.

“...yo vi que se acercaron ahí, se reunieron más que nada son, eran mujeres y se reunieron y empezaron a fumar y olía medio raro. O sea después de hacer eso se comportaron raras, estaban haciendo su chacota todo así, todo gritaban no tenía miedo a nada, hemos avisado a los profesores.” (Raúl, 17 años)

Es notable la cualidad social que existe en torno al alcohol y a las drogas como términos separados por los mismos participantes. Esto se añade a las características que se comprenden en la Tolerancia Social relacionada a una sustancia y las conductas de consumo alrededor de esta. La Cultura de Consumo que rige cada grupo social es diferente, y lleva al adolescente a experimentar con aquellas drogas toleradas y normalizadas permitidas por la cultura del grupo.

“...al alcohol a veces mi papá me hacía probar y el cigarro por curiosidad a mi mamá le encontré uno. La droga la conseguí mediante un compañero, de una academia

y en la cual yo vi que estaban consumiendo y pregunté qué estaban consumiendo, no tenía mucha experiencia sobre eso y me dijeron una cosa otra cosa, y dije invítame, me dieron y me dijeron que era marihuana, lo consumí como cigarro y de ahí es cuando empecé. La cocaína por curiosidad mía, yo lo compré a una zona, y fui con unas personas que sí sabían los cómo consumirla, me dijeron los métodos, probé inhalado y fumando, pero eso ya fue solo, sólo me dijeron y yo solito lo he hecho.” (Hugo, 17 años)

Por otra parte la Tolerancia Social se expresa también en calificativos cuya utilidad limitan la influencia de conductas de individuos en el grupo social.

“En mi colegio anterior comenzaron a entrar chicos malos, bueno malos porque ellos consumían y esparcían a todos, era la marihuana.” (Jennifer 17 años)

La droga: Marihuana a diferencia de las otras mencionadas, es tolerada socialmente y su consumo ya está incluido en la cultura de los adolescentes. El uso de esta droga tiene relación con la Influencia Grupal, Diversión y Curiosidad. Se demostró en la red previa cómo las redes sociales y los medios en internet aportan a la construcción de las Representaciones Sociales de la Marihuana.

“Drogas, por curiosidad para sentir como es, qué se siente así.” (Alex, 16 años)

“...fue la marihuana, la consumí y al inicio como que no sentí tanto, no sentí que me estuviera haciendo efecto, y seguí y seguí un poquito más el mismo día, como que ya empecé a ver diferente, como que de repente veía un poco de movimiento y que no escucha muy bien lo que me decían mis amigos, estaba riéndome ellos estaban haciendo chistes así...” (Hugo, 17 años)

“... me sentía relajado, me sentía que mi cuerpo se iba, y todo. Me sentía que fuera sólo para divertirme y reírme con las personas que están a mi lado, o a veces solito me reía de la nada.” (Diego, 16 años)

Para la Cultura de Consumo compartida existe una clara relación entre la Reunión Social y el Alcohol, incorporando también signos de consumo por Diversión e Influencia Social que está normalizado en esta clase de congregación.

“Si en unas fiestas con mi amigos que me dicen entra un rato para tomar, o sea para divertirme un poco” (Raúl, 17 años)

“Los adolescentes consumen porque como vimos, diversión con los amigos” (Diego, 16 años)

“Yo creo que sí, porque he visto varias fiestas que han consumido alcohol, drogas; supongo que también copian lo mismo, piensan que si no hay eso no se divierten.” (Hugo, 17 años)

Los cumpleaños son celebraciones comunes donde los participantes expresan las conductas toleradas y normalizadas que involucran el consumo de alcohol.

“Fue un cumpleaños, cumpleaños de mi compañero, su casa, tomaron ron, whisky, lo único que se han metido es eso” (Dayanne, 17 años)

“En un cumpleaños hacemos casa así, cumpleaños de mis compañeras, cuando hay fiesta familiar” (Jennifer, 17 años)

Al encontrar consumo y sujetos consumidores participes de una cultura, también se encuentra en ellos conocimientos y representaciones que regulan su consumo de drogas y limitan sus conductas en relación al grupo. En anteriores redes se menciona al Consumo Responsable como parte de la Ideología Familiar e influenciado por los medios. Esta categoría es un componente esencial del sujeto consumidor para alejarlo de aquellas representaciones que ya no se consideran normales ni toleradas por él y por el grupo al que pertenece.

“Yo creo que una debe ser: Que toma y debe tener cuidado con quien toma, una responsabilidad es, esa con quién vas a tomar y dónde vas a tomar. Y otra es cuando llegas a tu casa debes tener con cuidado, sin faltar el respeto a nadie por el estilo, porque cuando uno toma se siente así más liberal y pueda faltar el respeto a los demás.”
(Diego, 16 años)

“...Sí hay una responsabilidad, primeramente de él mismo de cuidarse...” **(Dayanne, 17 años)**

El autocontrol está presente en las representaciones de Consumo Responsable. Esta idea se comparte no de forma verbal, es una conducta que toman los sujetos del grupo Consumidor.

“Que se controle, o sea que sea una persona que controle sus impulsos o sus gustos algo así.” **(Raúl, 17 años)**

“De pequeña mi idea era que es horrible, es horrible, es horrible, nunca voy a probar. Y cuando fui creciendo probé y me gustó, y lo volví hacer así o sea no seguida, pero sí a veces cuando salía tomaba, no tomaba tanto, tomaba a un punto donde me controlaba” **(Dayanne, 17 años)**

Como el conocimiento y consciencia de las consecuencias del uso de Alcohol y las drogas son otro factor formador de la categoría Consumo Responsable.

“...yo conocí personas que sí toman con responsabilidad, si quería hacer quería... Era normal, lo hacía pero no exceso, probando noma lo hacía” **(Alex, 16 años)**

“...si vas a empezar consumir que sea a otro lado, si estás perdiendo tu control es recomendable dejarlo o buscar ayuda...” **(Hugo, 17 años)**

“...la responsabilidad que le está haciendo a su cuerpo, o sea el daño que se está haciendo consciente de eso...” **(Darali, 16 años)**

De lo dicho antes se puede concluir, en la Cultura de Consumo de los adolescentes existen dos sustancias psicoactivas más compartidas que son el Alcohol y la Marihuana. La viabilidad de obtención de estas en la Reunión Social permite normalizar su consumo que curiosamente se da por Diversión y también en momentos de desestabilidad emocional. Los sujetos consumidores para continuar perteneciendo a esta cultura generan representaciones que limitan su consumo y protegen su integridad y salud que se ha denominado Consumo Responsable.



Discusión

Red general: representaciones sociales y vivencias

El consumo de sustancias lícitas como el alcohol e ilícitas como la marihuana, tienen una característica en común que aumenta las cualidades sociales de la problemática del consumo. Y es que, la asociación de uso de estas sustancias por influencia grupal y por lo descrito como curiosidad, encuentra su resolución en el consumo por diversión y por alivio emocional. La recurrencia de estas actividades incrementa la Tolerancia Social permitiendo tener experiencias con alcohol o marihuana en ambientes como el colegio. Al respecto Nateras y Nateras (1994) indican que el uso de las drogas es un compuesto social, siendo una exploración identitaria; no existe una dependencia física de los sujetos consumidores, son más los patrones de adquisición y comportamientos grupales sobre el consumo de la sustancia.

“...yo trabajo en un hotel de recepcionista los sábados en la tarde y los domingos. El sábado. Mis jefes, son de 20 años 25 años, son chicos; y ahí estuvieron tomando, me invitaron como yo también estuve mal, estoy mal por unas cosas pues ya tomé pero no tanto, ahí. O sea cuando tengo problemas a veces mis amigos me dicen vamos a tomar que se te va a olvidar todo, pero o sea, a veces no hago caso a esas cosas, porque siento que por un momento se me va a olvidar.” (Raúl, 17 años)

Por otra parte, la publicidad de alcohol en los medios de comunicación busca incrementar el consumo de esta sustancia. Sus mensajes no están dirigidos a un público menor de edad, sin embargo llegan a ellos; y las proyecciones que muestran sobre el consumo llevan a los consumidores a buscar la imitación esa proyección difusa de la realidad. Por su parte, la publicidad en internet llega a evadir normativas y permite la obtención de información no verificable sobre drogas ilegales. Sin embargo la obtención por este medio no es común en la

cultura de consumo actual. Los medios elaboran sus mensajes basados en planteamientos y cualidades imprecisas y sensacionalistas; y es que tampoco hay distinciones en este espacio virtual para la información, opinión y publicidad (Vega, 1996). La publicidad de cerveza tiene tendencias a incluir aspectos de diversidad social cultural en sus producciones (Maldonado, Cardoso y Maltchlk, 2017).

Dentro de la cultura de consumo, existe uso de alcohol en reuniones sociales de celebración, esta característica social inicia en la ideología familiar y se repite en las vivencias de los adolescentes con sus pares. El consumo de alcohol está normalizado en este espacio social, eso se da debido a experiencias compartidas con sus padres y familiares cercanos vivenciadas a lo largo de su desarrollo dentro del círculo familiar. Por su parte, Pons (1998) mencionaba el término de modelado familiar, demostrando la relación que existe entre el consumo de alcohol habitual en la familia, y en las prácticas de consumo de los miembros más jóvenes de esa familia. El modelado o la imitación a miembros referentes del grupo familiar es un factor habitual en promover el consumo de alcohol en adolescentes. La familia puede destacar como un rol protector, sin embargo muchas veces es un rol de riesgo para conductas disruptivas en los hijos adolescentes (Argaez, Echeverría, Evia y Carrillo, 2018). Esto evidencia el papel de la ideología familiar como factor de riesgo para el consumo de alcohol en sus hijos

“A veces consumimos por diferentes tipos de actividades que tienen, digamos cumpleaños, encuentro cercanos, llegadas de alguna persona, o diferentes tipos de actividades, bautizos, así por el estilo” (Diego, 16 años)

Siendo los previos planteamientos un punto de partida los siguientes resultados se discuten a profundidad.

El concepto social de las sustancias y los consumidores

Los adolescentes comprenden a los psicoactivos como sustancias que alteran al organismo, como lo mencionan los conceptos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) (1994) y la Asociación Americana de Psiquiatría (APA), (2014) sin embargo, es necesario recalcar que en esta investigación las sustancias son divididas por los participantes en drogas y en alcohol, siendo categorizadas como legales e ilegales; asimismo los autores Moreta-Herrera, Mayorga-Lascano, León-Tamayo, e Ilaja-Verdesoto (2018), también señalan que existe una correlación entre el consumo de sustancia y una conexión entre las clasificaciones legal e ilegal, sumado a esto se encuentra el hecho, que existe mayor actitud favorable al consumo de drogas legales; sin embargo hay poca bibliografía de apoyo hacia estos descubrimientos. Por otro lado, el alcohol es la sustancia con la que más han experimentado los adolescentes, y es categorizada como legal. La sustancia con elevados riesgos y de mayor consumo entre los adolescentes es el alcohol (Moreta-Herrera et al., 2018).

En cuando a la categoría ilegal; sólo un participante tuvo una experiencia con la cocaína; al ser este un único consumo que no se volvió a repetir, se clasifica como uso experimental (Segura y Cáliz, 2015). Por otra parte, la marihuana es la droga ilegal cuyo consumo tiene mayor representatividad en el ambiente recreacional y social de los participantes. La misma situación ocurre en adolescentes de España, donde el consumo de cannabis incrementa con la edad y el grado de estudios (Díaz, Busto, Miramontes y Caamaño, 2018).

El desarrollo del concepto de droga llevó a la formulación de cualidades específicas del sujeto consumidor, otorgando características en él, que lo diferencian del no consumidor y del sujeto adicto. Estas diferencias radican en su mayoría en conductas que limitan el consumo y evitan que el sujeto varíe a consumos problemáticos o a la adicción. El inicio en el consumo de bebidas alcohólicas tiene patrones individuales asociados a las variantes

neurológicas, cognitivas y sociales a las que se ven sujetos los adolescentes (Bousuño et al., 2019).

Se debe subrayar el hecho que las representaciones de la psicología y su intervención, desde la perspectiva del sujeto consumidor, forma parte de los conocimientos y conductas que constituyen un consumo responsable muchas veces ignorado o desatendido. Esto se puede reflejar en la investigación de Alonso-Castillo, Yañez-Lozano y Armendáriz-García (2017) sobre el tipo de consumo de alcohol en adolescentes mexicanos, se explica que la mayoría de los sujetos investigados presentaron un consumo sensato de bebidas alcohólicas.

Están incluidas, en las representaciones del adolescente, las funciones del psicólogo para ayudar a establecer un consumo responsable. Los autores Espada, Hernández, Orgilés y Méndez (2010) Resaltan la intervención psicológica y la comparación entre diferentes programas aplicados para la modificación de la actitud hacia el consumo; los programas permiten mejoras en cuanto a la disminución de la intención de consumo de alcohol a largo plazo, sin embargo, encuentra dificultad para disminuir la intención de consumo de tabaco y cannabis. Por lo que se refiere, las intervenciones psicológicas generan aprendizaje significativo y conocimientos que permiten la comprensión y orientación de experiencias que le darán sentido a un fenómeno social bajo perspectivas transformadoras a futuro (Armijos, 2018).

Ideología familiar: un componente en las representaciones sociales

Esta categoría se considera de gran trascendencia por ser un ambiente social importante y ser la fuente muchas de conductas, ideas y representaciones de diversas materias. Los participantes componen esta categoría a través de la percepción de esta actividad de consumo y la comunicación e información que comparten los miembros de su familia. No se cuenta con mucha información sobre la influencia del consumo de sustancias en hermano, sin embargo, los participantes que cuentan con hermanos mayores señalaron consumo por parte de aquellos miembros. La autora Armijos (2018) encuentra un patrón relacionado con el consumo intensivo de alcohol, compuesto por las creencias y expectativas positivas sobreestimadas hacía el alcohol y en consumo en la familia, en mayor parte por los hermanos, también considera importante conocer las causas que inducen al consumo de sustancias dentro del marco familiar. Los participantes refirieron como causas a signos como la Reunión Social y consumo por Diversión. Por otro lado, también presentaron creencias positivas sobreestimadas hacía el cigarro.

En cuanto al consumo por la madre o por el padre, lo que los adolescentes rescatan son los cambios de actitudes que tienen estos miembros de la familia, los cuales son vistos como algo desagradable por los participantes. La imagen que representa un padre o una madre consumidora cambia también para el adolescente. La presencia del padre es un factor protector del consumo de sustancias, para retrasar la experimentación o disminuir los riesgos de un consumo peligroso, sin embargo al aumentar la edad la presencia y atención de los padres disminuye e incrementa el consumo de sustancias en los adolescentes (Bousoño et al., 2019).

Los participantes declaran que durante el crecimiento se experimenta una normalización del consumo debido a la imitación y repetición de conductas y en contextos de consumo

similares a los de sus progenitores. La orientación de un comportamiento está ligado a la imitación, que se dio por factores como el condicionamiento o el aprendizaje social de personajes modelo para la formación de la persona como serían los padres (Morán y Carvalho, 2004).

También existe una relación entre los eventos deportivos y el consumo de alcohol derivándose de la celebración por la victoria o la participación en competencias (Bousoño et al., 2019). Lo mismo describieron dos participantes.

Los autores: Ruiz, Gayoso y Prada (2017) encuentra relación entre el funcionamiento familiar y los factores de riesgo de consumo, alega que el buen funcionamiento familiar depende de la dinámica de los padres y su estabilidad emocional y psicológica. El vínculo emocional con la familia y la insatisfacción dentro de este grupo son factores que presentan los adolescentes con más riesgo a consumir sustancias.

El consumo directo con los padres es un ambiente de aprendizaje social, que va a ser imitado después por los hijos. Las prácticas parentales deben cumplir un factor protector para disminuir el consumo en los hijos, por otro lado existen otras prácticas que predisponen al adolescente a un conflicto con las leyes por consumir sustancias (Ruiz, Gayoso y Prada 2017). En el caso de los padres de los participantes, estos aportan a la construcción de representaciones vinculadas al consumo responsable, sin embargo, sus conductas también aumentan la tolerancia social.

El alcohol y el cigarro que se comparten en la ideología familiar son drogas categorizadas como legales y el consumo por parte de los miembros que componen este grupo social influye claramente en la construcción de representaciones sobre el consumo y sobre la crianza. La visión y concepción de la familia se considera más conservadora en comparación con la de los hijos cuyas perspectivas son más liberales (Martín-Baró, 1986).

Publicidad y medios: su influjo en las representaciones sociales

Los mensajes protectores del consumo de alcohol que se emiten en la televisión son interpretados como satíricos para los adolescentes, lo que impide que cumplan con aquella función defensora del consumidor, la cual por normatividad deben transmitir. Existe una carencia en los sistemas educativos que impide la incorporación de la reflexión sobre la realidad social y cultural proyectada por los medios. También, para la educación contemporánea es esencial el saber analizar el uso de la publicidad (Maldonado, Cardoso y Maltchlk, 2017). El análisis de los mensajes publicitarios es interiorizado por los sujetos y su interpretación también se ve limitada a las representaciones de su realidad. No se encuentran más resultados investigativos que ahonden en las normativas impuestas a la publicidad y su eficacia en la sociedad consumidora.

Por otro lado, los medios de televisión nacional difunden una característica cultural muy repetitiva en las representaciones de los participantes que le otorga al consumo de alcohol un sistema para aliviar la carga psíquica denominada por los sujetos sociales como problemas. Al respecto Vega (1996) menciona las discordancias que los medios de comunicación social transmiten generando incoherencias y parcialidad relacionadas al consumo de drogas. Y es que, pocas veces los medios muestran la realidad tratada éticamente puesto que no se considera favorable para sus negocios (Maldonado, Cardoso y Maltchlk, 2017). Morello et al. (2017) agrega que la exposición a los medios de comunicación motivan a los adolescentes a buscar sensaciones, emociones y experiencias parecidas a las observadas. Lo que los sitúa en situaciones de riesgo frente al consumo.

“Ahora también en De Vuelta Al Barrio que siempre cada vez que hay problemas se van a tomar atrás, a la trastienda, y o sea eso ya está incentivando a eso.” (Jennifer, 17 años)

Por otra parte, las experiencias televisivas también influyen en delimitar el consumo al transmitir situaciones desagradables relacionadas a las sustancias psicoactivas. Esto tiene una utilidad limitadora en cuando a la edad de inicio de uso de sustancias, sin embargo presenta la información con extravagancias y prejuicios, desligándola de toda la complejidad de una situación de consumo en menores de edad (Vega, 1996).

“Sí, normalmente las series, las novelas como la Rosa de Guadalupe sí te muestran las consecuencias de consumir, te muestran lo que va a pasar, después, antes, lo que ocasionas en tu entorno.” (Darali, 16 años)

Se comprende claramente la naturaleza activa y expresión del sujeto dentro de las redes sociales. Lo mencionado acerca del consumo de sustancias en este espacio virtual como el consumo por diversión o por mitigar situaciones emocionales y mentales, es repetido también en su espacio social físico. Un factor de riesgo en conductas compulsivas de ingesta de alcohol y drogas es la falta de control parental en el acceso a los medios e información prohibida para menores de edad (Morello et al., 2017). Para los participantes existen libertades y falta de acercamiento parental en cuanto al acceso de información en los medios y en internet.

“Sí, los memes normalmente. Hay, cuando ella no te quiere y la imagen del chico tomando. O, terminé con mi novia, hoy se toma y cosas por el estilo. O, es fin de semana y el cuerpo lo sabe, y una reunión de amigos con alcohol.” (Darali, 16 años)

En cuanto a la cualidad promotora en el consumo de un producto, la publicidad promueve aspectos positivos frente al consumo como la diversión y el consumo social del alcohol. Conducta que luego los adolescentes buscan imitar, cumpliendo así la función mercantilista de la publicidad. Para Vega (1996) esta clase de publicidad presenta una atención selectiva y transmite un mensaje que relaciona el consumo de una droga con un efecto específico

positivo y acercándose a un entorno social, lo que es otro factor de riesgo para el inicio y la prevalencia del consumo en adolescentes propios de esa cultura de consumo.

“Pues porque en la propaganda se muestran felices, celebrando, estando bien así, y supongo que ven esa felicidad, la quieren y por eso toman.” (Jennifer, 17 años)



La cultura de consumo una realidad social

Existe facilidad de comerciar alcohol hacia los adolescentes menores de edad, en especial en situaciones de consumo grupal. La viabilidad que los adolescentes descubren para adquirir bebidas alcohólicas incrementa la frecuencia de oportunidades de consumo en su cultura. Autores como del Real, Ruiz de Chávez, García y Zegbe (2017) encuentra también en su muestra a bebedores menores de edad y por ende ilegales. Escasean las investigaciones que profundicen en el rol socio cultural de los comerciantes facilitadores de sustancias para los menores de edad.

Sin embargo, dentro de la cultura de consumo uno de los principales facilitadores de consumo de sustancias legales son los miembros del grupo familiar. Para las familias de los participantes es tolerado el consumo de alcohol con los hijos en situaciones específicas como las reuniones sociales familiares. Esta característica de padres, madres y hermanos consumidores se mantiene en el participante, encontrando tolerancia en el inicio del consumo de alcohol con un grupo social de altísima importancia, lo que lo llevaría a tener libertades de consumo en otros grupos sociales de diferentes calificaciones al de grupo familiar. Estos resultados son diferentes más no contradictores a los encontrados por del Real, Ruiz de Chávez, García y Zegbe (2017) que explican como factores para el inicio de alcohol y tabaco en adolescentes son las relaciones frágiles con los padres, falta de comunicación y participación en el hogar. Ahondando en el aspecto familiar un factor de riesgo para el consumo de drogas es el ambiente familiar por la presente actividad de alguno de los padres consumidores (García, García, Rivera 2015).

La presencia del consumo de psicoactivos como la marihuana en espacios de interacción social como el colegio, es una oportunidad para incrementar la tolerancia social de otros escolares frente al consumo. Este incremento en la tolerancia que comparte una cultura

complica la implementación de medidas adecuadas para frenar o sostener la problemática. No se encuentra bibliografía que profundice en otros impactos sobre el uso de drogas dentro de la institución. Sin embargo, este tipo de consumo es realizado por un grupo social que influencia esta clase de conductas disruptivas de forma social (Scott et al., 2015). La experimentación con drogas como la Marihuana en ambientes inadecuados es una experiencia riesgosa para el grupo, que llega a permitir esta clase de consumo por la exploración de sensaciones nuevas. Al respecto Martínez-Fernández, Lloret-Irles y Segura-Heras (2018) confirman que la búsqueda de sensaciones es un aspecto predictor y reafirmante del consumo de drogas, esta característica se incrementa a medida que el adolescente va haciéndose mayor.

La cultura de consumo cohabitada por los adolescentes comparte una cualidad resaltable sobre el consumo de alcohol. Se le atribuye al alcohol una capacidad aliviadora de la carga emocional negativa o un dispositivo de alivio temporal de problemas. Eso es compartido de forma social con el grupo de pares, se ha demostrado en la investigación como el círculo familiar y los medios también exponen y comparten esta característica. Con respecto hacia esto Puigó, Edo, Rovira, Limonero y Fernández-Castro (2019) en su estudio sobre el afrontamiento mencionan que es necesaria una atención y autoconocimiento emocional para establecer estados mentales apropiados que permita sobrellevar sucesos estresantes o problemáticos. Para los participantes esa clase de atención emocional es escasa, así mismo la cultura y la ideología familiar no aportan a prestar atención a esta característica necesaria para disminuir el consumo por alivio emocional.

Para la integración a un grupo de sujetos consumidores se debe imitar las conductas más resaltantes del grupo. Dicho esto, en la cultura consumo el sujeto consumidor interioriza las representaciones que lo protegen y lo mantienen dentro del grupo, asimismo, hay

representaciones asociadas al sentido común que cuidan su integridad y salud. Mediante las representaciones de consumo responsable el consumidor se separa de otros consumos problemáticos ya que comprende una cualidad que el consumidor conoce sobre el uso excesivo de sustancias psicoactivas, el vicio. Al respecto del consumo responsable: Gallego, Olmos, Ferreira y Gil (2017) asumen que las bebidas alcohólicas no desaparecerán de la sociedad. Sin embargo, la autopercepción de seguridad y bajo riesgo sobre el alcohol, no son aspectos necesariamente apegados a la realidad y aumentan la ingesta de la sustancia. Proponer el consumo responsable y limitarlo a momentos o espacios específicos requiere de la comprensión de nuevas dimensiones psicológicas, y sociológicas sobre el consumo. Por otra parte, en las funciones de la familia sobre el consumo responsable, Pons (1998) indica que la familia debe promover modelos de consumo controlado para sus hijos. Se deja en claro que el consumo de sustancias en menores de edad es totalmente ilegal y no recomendable. Sin embargo es una actividad que llegan a compartir padres con hijos dentro de la cultura de consumo local.

Conclusiones

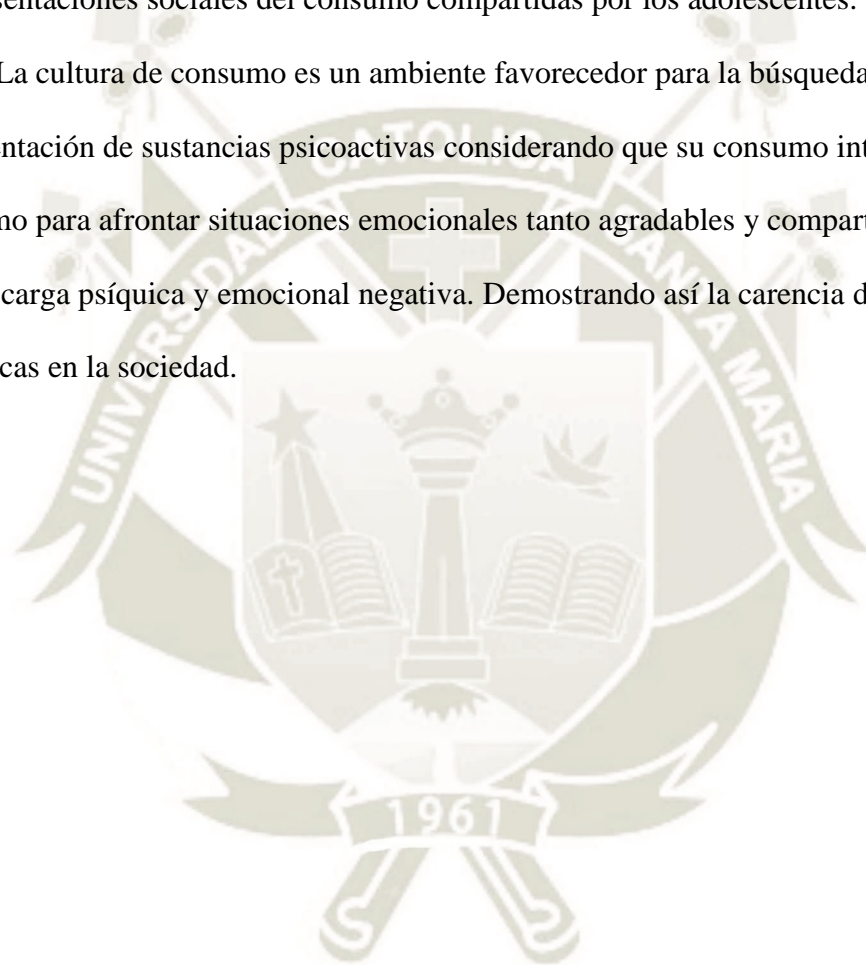
Primera. Las vivencias experimentadas por los adolescentes sobre el consumo de sustancias psicoactivas implican reuniones sociales entre pares o con miembros de la familia, y se vinculan a acompañar una expresión emocional positiva o negativa. De ahí que, estas vivencias son predominantemente de naturaleza social y debido a la influencia grupal completan la construcción de representaciones sociales asociadas a normalizar el consumo de sustancias psicoactivas en situaciones de celebración o para sobrellevar el lastre emocional.

Segunda. El significado de las sustancias psicoactivas se compone de dos características. La división binaria entre alcohol por ser de naturaleza legal y el término droga que agrupa a todas las otras sustancias de naturaleza lícita e ilícita (cigarro, medicamentos, marihuana y cocaína). Seguido a esto lo que le da significado finalmente a las sustancias psicoactivas es el motivo de uso de la sustancia que socialmente se comparte, observa y experimenta. Por lo cual se le asocia con situaciones específicas y personas congruentes para compartir la experiencia.

Tercera. La ideología familiar sobre el consumo de sustancias comprende las representaciones sociales de los miembros componedores de este grupo social; incluye también las representaciones de los hermanos o hermanas mayores. Los adolescentes al compartir la ideología familiar positiva frente al consumo de sustancias lícitas; se encuentran en un ambiente de riesgo para iniciar el consumo de sustancias mediante el aprendizaje por modelado e imitación.

Cuarta. Los medios y la publicidad proyectan aspectos específicos y positivos sobre la cultura de consumo de sustancias prevalente en la sociedad; y de las experiencias del consumo de un sujeto en el caso de redes sociales. Esta información aporta a promover actitudes positivas, que junto con la información sensacionalista e incompleta se adhiere a las representaciones sociales del consumo compartidas por los adolescentes.

Quinta. La cultura de consumo es un ambiente favorecedor para la búsqueda y experimentación de sustancias psicoactivas considerando que su consumo interviene como un mecanismo para afrontar situaciones emocionales tanto agradables y compartidas, como también, carga psíquica y emocional negativa. Demostrando así la carencia de habilidades psicológicas en la sociedad.



Recomendaciones

Primera. Las entidades públicas gubernamentales deben mejorar las regulaciones de la publicidad relacionada al consumo de alcohol, asimismo, establecer limitantes sobre la información mostrada que busca ser asociada a situaciones psicosociales generando así un impacto social, ya que la publicidad influye en la construcción de la tolerancia social y de lo que se considera normal en una cultura de consumo de sustancias psicoactivas.

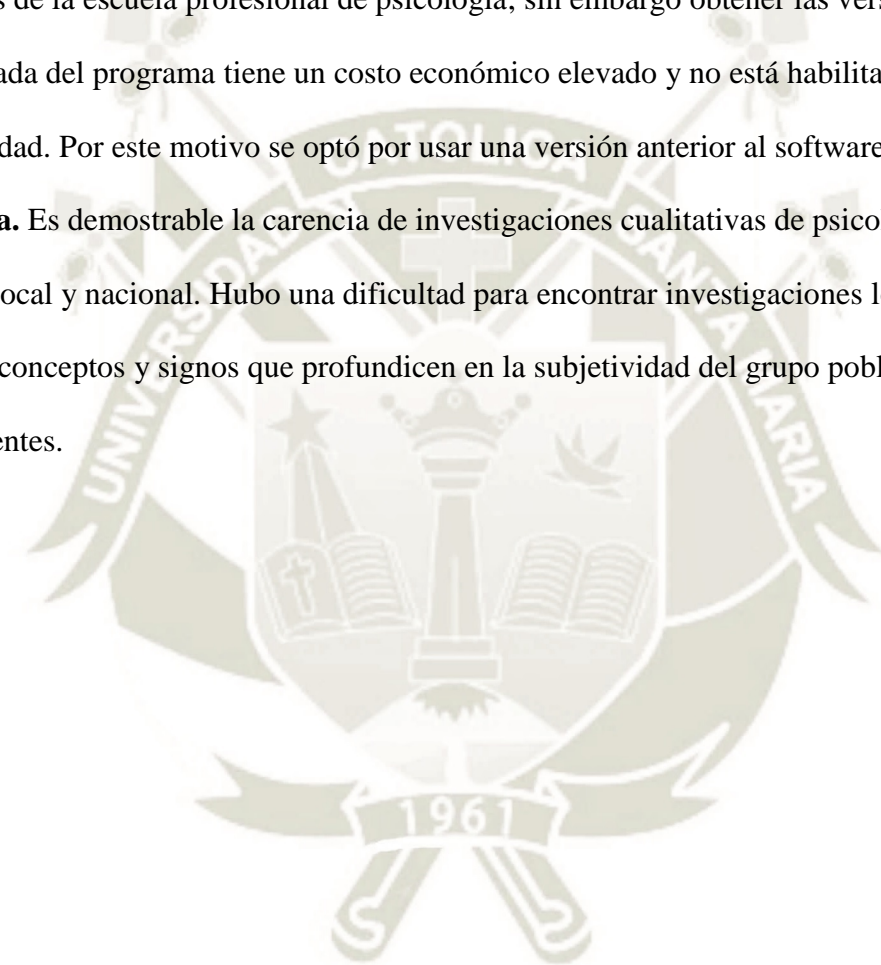
Segunda. Para que las estrategias de intervención y control del problema de consumo de sustancias en instituciones educativas sean efectivas; se debe resaltar la indispensable función del psicólogo dentro de la institución educativa, para permitirle indagar e integrarse en la cultura que comparten los alumnos consumidores. El profundizar en las representaciones sociales compartidas en el ambiente escolar posibilita desarrollar intervenciones específicas funcionales en grupos sociales y disminuir la problemática asociada al consumo de psicoactivos.

Tercera. La familia debe conocer su rol activo en la educación de los hijos sobre el consumo de psicoactivos. Comprender que la imitación de conductas y actitudes son características claves en el aprendizaje de vivencias y representaciones sociales de los hijos. Los padres deben ser consecuentes sobre sus mismas conductas de consumo e ideas alrededor de este problema. Se debe agregar que, la familia debe promover la intervención psicológica, en su grupo social y en las instituciones educativas a las que pertenecen sus hijos, para así disminuir el consumo de sustancias psicoactivas relacionado a la carencia de habilidades emocionales en los adolescentes.

Limitaciones

Primera. Hay diferentes tipos de software para el análisis de data en investigación cualitativa, se usó del programa Atlas.ti fue por recomendación y experiencias previas de docentes de la escuela profesional de psicología; sin embargo obtener la versión más actualizada del programa tiene un costo económico elevado y no está habilitado en la universidad. Por este motivo se optó por usar una versión anterior al software actual.

Segunda. Es demostrable la carencia de investigaciones cualitativas de psicología en el ámbito local y nacional. Hubo una dificultad para encontrar investigaciones locales que definan conceptos y signos que profundicen en la subjetividad del grupo poblacional de los adolescentes.



Referencias

- Aguilera Pérez, D. R. (2019). *Normalización del consumo de alcohol como factor de riesgo*. - Tenerife, España: Universidad de La Laguna.
- Aguirre-García, J. C., & Jaramillo-Echeverri, L. G. (2012). Aportes del método fenomenológico a la investigación educativa. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 8(2), 51-74.
- Alonso-Castillo, M. M., Yañez-Lozano, Á., & Armendáriz-García, N. A. (2017). Funcionalidad familiar y consumo de alcohol en adolescentes de secundaria. *Health and Addictions*, 17(1), 87-96.
- Andrade Salazar, J. A., Lozano Sapuy, L. P., & Conde Castillo, A. C. (2014). Impulsividad, Influencia Grupal y Búsqueda de Sensaciones en 28 Consumidores de Sustancias Psicoactivas en el Centro de Rehabilitación en la Ciudad de Ibagué. *Desbordes Revista de Investigaciones Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades*, 71-90.
- Araya Umaña, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Argaez Rodríguez, S. G., Echeverría Echeverría, R., Evia Alamilla, N. M., & Carrillo Trujillo, C. D. (2018). Prevención de Factores de Riesgo en Adolescentes: Intervención para Padres y Madres. *Psicología Escolar e Educativa*, 22(2), 259-269.
- Armijos Guevara, M. J. (2018). *Intervención Psicológica Grupal en Adolescentes en Riesgo de Consumo de Drogas del Colegio "Provincia de Carchi" del Año Lectivo 2013*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Estatal de Guayaquil.
- Asociación Americana de Psiquiatría. (2014). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-5)*. Virginia, Estados Unidos: Arlington.

- Bandura, A., & Walters, R. H. (1974). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Barry, C., Frick, P., Adler, K., & Grafeman, S. (2006). The Predictive Utility of Narcissism among Children and Adolescents: Evidence for a Distinction between Adaptive and Maladaptive Narcissism. *Springer*, 508-521.
- Becoña Iglesias, E. (2002). *Bases científicas de la prevención de las drogodependencias*. Madrid, España: Ministerio del interior.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1997). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Bousuño, M., Al-Halabí, S., Burón, P., Garrido, M., Díaz-Mesa, E. M., Galván, G., y otros. (2019). Factores predictores del consumo de alcohol en adolescentes: datos de un estudio de 1 año de seguimiento. *Adicciones*, 31(1), 52-63.
- Calero Campomanes, L. A. (2015). *Violencia juvenil en el cerro San Cosme: representaciones sociales de las familias en los jóvenes violentos en el año 2012-2013*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Calvete, E., & Estévez, A. (2009). Consumo de drogas en adolescentes: El papel del estrés, la impulsividad y los esquemas relaciones con la falta de límites. *Adicciones*, 40-56.
- Calvete, E. (2007). Justification of Violence Beliefs and Social Problem-Solving as Mediators between Maltreatment and Behavior Problems in Adolescents. *The Spanish -Journal of Psychology*, 131-140.
- Cantero, F. (2007). Drogas, adicciones y subjetividad. *Norte de Salud Mental*(29), 58-62.
- Castorina, J. A. (Septiembre de 2016). El significado del marco epistémico en la teoría de las representaciones sociales. *Cultura y representaciones sociales*, 11(21), 79-108.

Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas (CEDRO). (2018).

El problemas de las drogas en el Perú. Lima, Perú: Biblioteca Nacional del Perú.

Cerda Gutierrez, H. (1993). *Los Elementos de la Investigación Como Reconocerlos, Diseñarlos y Construirlos*. Quito, Ecuador: El Buho.

Chávez Romo, M. C. (2014). La estigmatización de la adolescencia como grupo poblacional de riesgo y sus repercusiones en la constucción de ciudadanía. *Sinéctica Revista Electrónica de Educación*, 42, 1-17.

Comisión Global de Política de Drogas. (2019). *La clasificación de sustancias psicoactivas cuando se dejó atrás a la ciencia*. Recuperado el 17 de Agosto de 2019, de http://www.globalcommissionondrugs.org/wp-content/uploads/2019/06/2019Report_ESP_web.pdf

Comisión Nacional Para El Desarrollo Y Vida Sin Drogas. (2012). *Informe Ejecutivo Encuesta Nacional Consumo de Drogas Población General Perú 2010*. Lima, Perú: Biblioteca Nacional del Perú.

D'Zurilla, T., Chang, E., & Sanna, L. (2003). Self-esteem and Social Problem Solving, as Predictor of Aggression in College Students. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 424-440.

de la Cuesta Benjumea, C. (2015). La Calidad de la Investigación Cualitativa: de Evaluarla a Lograrla. *Texto & Contexto Enfermagem*, 24(3), 883-890.

de Oliveira Tavares, M. L., dos Santos Reinaldo, A. M., Aparecida Villa, E., Odete Pereira, M., & Magalhães Monteiro, M. A. (2019). Information, beliefs and attitudes of schoolchildren about the use of alcohol and other drugs. *Revista Eletrônica Saúde Mental Álcool el Drogas*, 15(2), 45-51.

- de Souza Minayo, M. C. (Septiembre-Diciembre de 2010). Los conceptos estructurantes de la investigación cualitativa. *Salud Colectiva*, 6(3), 251-261.
- del Olmo, R. (1997). Los medios de comunicación social y las drogas. *Comunicar*, 119-124.
- del Real López, O. A., Ruiz de Chávez Ramírez, D., García Zamora, P. G., & Zegbe Domínguez, J. A. (Febrero de 2017). Factores asociados al consumo de alcohol en adolescentes de Telesecundaria en Saucedá De La Borda, Zacatecas. *Revista electrónica semestral en Ciencias de la Salud*, 1(7).
- Díaz Geadá, A., Busto Miramontes, A., & Caamaño Isorna, F. (2018). Consumo de alcohol, tabajo y cannabis en adolescentes de una población multicultural (Burela, Lugo). *Adicciones*, 30(4), 264-270.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Valera-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167.
- Escobar Zarabanda, K. (2009). *Vivencias de los familiares de adolescentes consumidores de sustancias ilícitas, frente al consumo de las mismas en el segundo semestre de 2008*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Espada Sánchez, J. P., Hernández Serrano, O., Orgilés Amorós, M., & Méndez Carrillo, X. (2010). Comparación de distintas estrategias para la modificación de la actitud hacia el consumo de drogas en escolares. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 8(3), 1033-1050.
- Espada, J. P., Méndez, X., Griffin, K. W., & Botvin, G. J. (2003). Adolescencia: Consumo de Alcohol y otras Drogas. *Papeles del Psicólogo*, 84, 9-17.
- Fantín, M. (2006). Perfil de personalidad y consumo de drogas en adolescentes escolarizados. *Adicciones*, 18(3), 285-292.

- Gallego Muñoz, C., Olmos Gutiérrez, L., Ferreira Alfaya, F. J., & Gil Candel, M. (2017). Importancia de la educación en las farmacias comunitarias respecto al consumo responsable de alcohol. *Farmacéuticos Comunitarios*, 9(4), 26-27.
- Gamella, J. F., & Álvarez Roldán, A. (1997). *Drogas de síntesis en España: Patrones y tendencias de adquisición y consumo*. Madrid, España: Ministerio del Interior.
- García Cortés, J. M., García Méndez, M., & Rivera Aragón, S. (2015). Potencial resiliente en familias con adolescentes que consumen y no consumen alcohol. *Acta Colombiana de Psicología*, 2(18), 163-162.
- González Rey, F. (2008). Subjetividad social, sujeto y representaciones sociales. *Centro Universitario de Brasilia*, 225-243.
- Henao Henao, S. (2010). *Representaciones sociales del consumo de "drogas" y de las intervenciones respectivas en un contexto local: La Universidad de Antioquia en Medellín, Colombia*. Granada, España: Programa de doctorado: Antropología y Bienestar Social.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México, México: McGraw Hill Education.
- Horvath, P., & Zuckerman, M. (1996). Búsqueda de sensaciones, valoración y conducta de riesgo. *Revista de Toxicomanías*(9), 26-38.
- Jodelet, D. (1984). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología social, II. Pensamiento y vida social* (págs. 469-494). París, Francia: Paidós.
- Kornblit, A. L., Camarotti, A. C., & Di Leo, P. F. (2010). *Prevención del consumo problemático de drogas*. Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Educación.
- Leal López, E. R. (2004). Adolescentes y alcohol: la búsqueda de sensaciones en un contexto social y cultural que fomenta el consumo. *Apuntes de Psicología*, 22(3), 403-420.

- Maldonado G., A. E., Cardoso, R., & Maltchik, P. (2017). Reflexiones teórico-metodológicas sobre la relación entre comunicación y educación aplicadas al análisis de la publicidad. *Temps d'educació*(53), 67-78.
- Martín-Baró, I. (1986). *La ideología familiar en El Salvador*. San Salvador, El Salvador: San Salvador.
- Martín-Crespo Blanco, C., & Salamanca Castro, A. B. (2007). El Muestreo en la Investigación Cualitativa. *Nure Investigación*, 27.
- Martinez Verdu, R. (2007). Drogas, adolescentes y medios de comunicación. *Comunicación e Xuventude*, 51-70.
- Martínez-Fernández, V., Lloret-Irles, D., & Segura-Heras, J. V. (2018). Impulsividad y búsqueda de sensaciones como predictores del consumo de drogas en adolescentes: Un estudio longitudinal. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5(3), 9-15.
- Measham, F., Parker, H., & Aldridge, J. (1998). The Teenage Transition: From Adolescent Recreational Drug Use To The Young Adult Dance Culture In Britain In The Mid-1990s. *Journal of Drug Issues*, 28(1), 9-32.
- Merino Lozano, A. (2017). *Representación social de la imagen de la enfermera peruana*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Miguez, H. A. (1998). *Uso de sustancias psicoactivas: investigación social y prevención comunitaria*. Buenos Aires, Argentina: Paidós Iberica.
- Mora, M. (2002). La Teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*.

- Morán Sánchez, F., & Carvalho Ferriani, M. (2004). Percepción de padres y profesores de los factores de riesgo para el uso de drogas lícitas e ilícitas en los escolares. *Revista Latinoamericana de Enfermagem*, 352-358.
- Morello, P., Pérez, A., Lorena, P., Braun, S. N., Kollath-Cattano, C., Thrasher, J., y otros. (2017). Factores de riesgo asociados al consumo de tabaco, alcohol y otras drogas en adolescentes escolarizados de tres ciudades de Argentina. *Archivos Argentinos de Pediatría*, 115(2), 155-168.
- Moreno Zuñiga, L. E. (2015). *Imaginario y representaciones sociales en la investigación sociológica: diferencias y similitudes*. Ciudad de México, México: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco.
- Moreta-Herrera, R., Mayorga-Lascano, M., León-Tamayo, L., & Ilaja-Verdesoto, B. (2018). Consumo de Sustancias Legales, Ilegales y Fármacos en Adolescentes y Factores de Riesgo Asociados a la Exposición Reciente. *Health and Addictions*, 18(1), 39-50.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul S.A.
- Muñoz, S., Vega, Z., Berra, E., Nava, C., & Gómez, G. (2015). Asociación entre estrés, afrontamiento, emociones e IMC en adolescentes. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 17(1), 22-29.
- Nadal Alemany, R. (2008). La búsqueda de sensaciones y su relación con la vulnerabilidad a la adicción y al estrés. *Adicciones*, 59-72.
- Nateras Domínguez, A., & Nateras Domínguez, O. (1994). El uso social de las drogas: una mirada deconstruccionista. *Iztapalapa revista de ciencias sociales y humanidades*, 113-130.

- Onuki, Y. (2015). Cañazo y Alcohol en la Sierra Peruana Algunas Consideraciones acerca de la Situación Actual de su Consumo en las Regiones de Huánuco y Apurímac. *Perspectivas Latinoamericanas*(12), 32-49.
- Organización Mundial de la Salud. (1994). *Lexicon of Alcohol and Drug Terms*. Madrid, España: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Palacios Delgado, J. R., Sánchez Torres, B., & Andrade Palo, P. (2010). Intento de suicidio y búsqueda de sensaciones en adolescentes. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 12(1), 53-75.
- Pérez de Albéniz-Garrote, G., & Medina Gómez, B. (Mayo de 2019). Influencia de la Impulsividad y de la Búsqueda de Sensaciones en el Consumo de Cánnabis. Diferencias de Género y Orientaciones para la Prevención. *Revista Española de Orientación y Psicología*, 1(1), 27-40.
- Pons Diez, J. (1998). El modelado familiar y el papel educativo de los padres en la etiología del consumo de alcohol en los adolescentes. *Revista Española de Salud Pública*, 72(3), 251-266.
- Puigbó, J., Edo, S., Rovira, T., Limonero, J. T., & Fernández-Castro, J. (2019). Influencia de la inteligencia emocional percibida en el afrontamiento del estrés cotidiano. *Ansiedad y Estrés*, 25(1), 1-6.
- Resset, S. (2016). Relación percibida con padres y pares y su asociación con ansiedad y depresión en adolescentes de Entre Ríos. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 8(1), 18-26.
- Robert Segarra, A. (2013). Consumo de drogas y perfil de personalidad (inventario MACI) en adolescentes hispanos. *Anuario de investigación en adicciones*, 13(1), 67-73.
- Romaní, O. (1999). *Las drogas. Sueños y razones*. Barcelona, España: Ariel.

- Ruiz Morales, L., Gayoso Herrera, M., & Prada Chapoñan, R. (2017). Funcionamiento familiar y factores de riesgo de consumo de drogas en adolescentes de un Centro Juvenil Penitenciario. *Revista Paian*, 8(2), 13-28.
- Saffer, H. (2000). Alcohol consumption and alcohol advertising bans. *NBER Working Paper*, 34(11), 1325-1334.
- Sánchez Hernandez, C. M., & Pillon, S. C. (2011). Tabaquismo entre universitarios: caracterización del uso en la visión de los estudiantes. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 730-737.
- Schultes, R. E., & Hofmann, A. (2000). *Plantas de los dioses: Orígenes del uso de los alucinógenos*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Scolari, C. (2018). *Adolescentes, Medios de Comunicación y Culturas Colaborativas. Aprovechando las Competencias Transmedia de los Jóvenes en el Aula*. Barcelona, España: Universitat Pompeu Fabra.
- Scott, M., Noh, S., Brands, B., Hamilton, H., Gastaldo, D., Mito Wright, M., y otros. (2015). Influencia de pares, familia, espiritualidad, entretenimiento y consumo de drogas en estudiantes de Universidad en Manabi, Ecuador. *Texto & Contexto Enfermagem*, 154-160.
- Segura, L. S., & Cáliz, N. E. (2015). Consumo de drogas de uso lícito e ilícito en jóvenes universitarios de la U.D.C.A. *Revista U.D.C.A. Actualidad & Divulgación Científica*, 18(2), 311-319.
- Slapak, S., & Grigoravicius, M. (2007). "Consumo de drogas": La construcción de un problema social. *Anuario de investigaciones*, 239-249.

- Solano Tovar, R. (2018). *Perfil epidemiológico de madres adolescentes que presentaron sentimiento de estigmatización durante el embarazo, Hospital de Vitarte, periodo julio - diciembre, 2017*. Lima, Perú: Universidad Privada San Juan Bautista.
- Solís Endara, R. C., & Vegas Quispe, M. A. (2016). *Motivos y Consumo de Alcohol en Estudiantes Universitarios*. Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.
- Valderrama Restrepo, A., Sánchez Gómez, L., Cárcamo Marengo, M., & Mazo Beltran, A. (2016). Cultura e identidad sobre el consumo de drogas en los habitantes de la calle del municipio de Medellín. *Drugs and Addictive Behavior*, 1(2), 191-199.
- Vega Fuente, A. (marzo de 1996). ¿Los medios de comunicación educan sobre las drogas? *Comunicar*(6), 115-120.
- Vera, H. (2002). Representaciones y clasificaciones colectivas. La teoría sociológica del conocimiento de Durkheim. *Sociológica*, 103-121.
- Vilca Ceballos, N. V. (2014). *Factores que condicionan el consumo de drogas en estudiantes del 4to y 5to de secundaria del colegio Ignacio Alvarez Thomas de Cerro Colorado Arequipa, 2009*. Arequipa, Perú: Universidad Católica de Santa María.
- Zubieta, E. M. (1997). La psicología social y el estudio de las Representaciones Sociales. *Instituto de Investigaciones de la Facultad de Psicología U.B.A.*, 119-136.

Anexos

Anexo 1

Entrevista semiestructurada

Concepto de droga

¿Para ti qué son las drogas?

Hay drogas buenas y malas? ¿Cuáles son?

¿Qué opinas sobre los consumidores de sustancias y los adictos a estas?

¿Cuándo se convierte uno en consumidor o adicto? ¿Por qué?

Tolerancia social

¿Qué edad consideras apropiada para consumir drogas?

¿Quiénes pueden consumir drogas?

¿Cuáles drogas sí se pueden consumir?

¿Dónde se da consumo de las sustancias?

¿De dónde provienen las drogas que se consumen?

Cultura de consumo

¿Por qué crees que la gente decide consumir drogas?

¿Qué responsabilidades debes asumir si consumes drogas?

¿Consumes o has consumido alguna sustancia en los últimos 30 días? indagar

¿Por qué crees que las personas (adultos consumen drogas)?

¿Por qué crees que las personas (adolescentes consumen drogas)?

¿Qué drogas consideras que se consumen más en nuestro medio?

¿Qué drogas consideras peligrosas para el adolescente?

Normalización de la adicción

¿Cuándo se genera una adicción a las drogas?

¿Qué drogas generan adicción?

¿Qué drogas consideras que deberían legalizarse?

¿Para qué personas es normal consumir drogas?

¿Cuándo es normal consumir drogas?

Vivencias

¿Cómo fue tu primera experiencia de consumo, en qué circunstancias, con qué personas?

¿Cómo crees que influye en consumo de drogas de los padres en los hijos?

¿En qué otras ocasiones has consumido drogas?

¿Cómo entendías el consumo de niño, después del primer consumo y cómo lo entiendes ahora?

Estereotipos sociales

¿En qué edad se inicia el consumo de drogas?

¿Qué género consume más? Por qué

¿Qué es una adicción, qué es un adicto?

¿Cómo son los que consumen?

¿Qué diferencias hay entre los hombres y mujeres que consumen?

¿Cómo son las experiencias con drogas y su consumo en el barrio, colegio, casa?

¿Cómo influye el estatus económico con el consumo de drogas?

Publicidad y medios

¿Qué recuerdas de una publicidad de alcohol, o de otra sustancia?

¿En qué medios has encontrado mensajes sobre el consumo de drogas?

¿Qué muestran, tienen, dicen los medios de comunicación sobre el consumo de drogas?

Ideología familiar

¿Qué consumos están aceptados en la familia? Y ¿cuáles no son aceptados?

¿Qué te han contado tus padres sobre las drogas?

¿Qué diferencias hay entre una madre consumidora y padre consumidor?

Anexo 2

Consentimiento informado

Lea atentamente este documentos, todas las dudas que tenga serán aclaradas por el coordinador. La presente investigación es conducida por **Jordy Silva Alvarez**, de la **Universidad Católica de Santa María**.

El propósito de este estudio es recolectar información que conocen los adolescentes sobre el consumo de sustancias psicoactivas para su posterior análisis. Esta información se recolectará mediante entrevistas personales y confidenciales que tomarán aproximadamente 60 minutos, los cuales serán tomados de la última hora del horario escolar. El estudiante que sea entrevistado no será expuesto a ningún riesgo de su salud física o mental; así mismo las horas académicas no se verán afectadas.

Esta investigación generará beneficios para el desarrollo y conocimiento psicológico relacionado al tema del consumo de sustancias en adolescentes escolares.

Como incentivo final se organizará un compartir con los participantes en las instalaciones del colegio.

La información proporcionada por los adolescentes será confidencial y se los mantendrá en el anonimato. El acceso a la información obtenida estará restringido al investigador y al asesor. Asimismo, en la publicación del estudio no se mostrará ningún dato que permita identificar a los escolares participantes.

Usted puede decidir con libertad si acepta, o no, que su menor hijo participe en este estudio. Si decide participar, puede retirarse en cualquier momento, sin que esto le perjudique. Si tiene más dudas sobre el estudio puede contactarse con el investigador:

Celular:

Correo electrónico: jordy.silva.alvarez@gmail.com

Consentimiento

Acepto voluntariamente la participación de mi menor hijo en este estudio, certifico que he recibido información clara y veraz respecto al proceso al cual han invitado a mi hijo a participar. Entiendo que puedo retirar a mi hijo en cualquier momento del estudio.

Padre/Apoderado

Nombre:

DNI:

Firma:

Fecha:

Investigador a cargo

Nombre: Jordy Silva Alvarez

DNI: 75532409

Fecha: 09/10/19