

La Televisión puede Proteger a los Adolescentes  
del Uso de Sustancias Adictivas.

Luis Rey Yedra 1, Ma. del Pilar González-Flores 2, Ma. Luisa Sevillano-García3.

1Facultad de Pedagogía. Universidad Veracruzana. 2Instituto de Psicología y Educación. Universidad Veracruzana. 3  
Facultad de Educación. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Correspondencia: Dr. Luis Rey Yedra, Facultad de Pedagogía. Universidad Veracruzana. Francisco Moreno esq.  
Ezequiel Alatraste. Col. Ferrer Guardia. Xalapa, Veracruz, México. 228 815 24 12. lyedra@uv.mx

Recibido: 16-septiembre-2008

Aceptado: 28-noviembre-2008

### Resumen

En el presente trabajo presentamos resultados parciales de un estudio amplio realizado en la ciudad de Xalapa, Veracruz, México, con adolescentes entre 12 y 19 años, estudiantes de secundaria y bachillerato no consumidores de sustancias adictivas; el propósito fue conocer la incidencia de los valores promovidos en la televisión para la protección del uso de drogas en los adolescentes. Se trata de un trabajo empírico siguiendo metodología mixta: cualitativa y cuantitativa; se presenta el análisis de los datos obtenidos a través de la aplicación de un cuestionario diseñado ex profeso.

Palabras clave: Drogas; Factores protectores; Televisión; Adolescentes.

### Summary

In this paper we present partial results of an extended study made in the city of Xalapa, Veracruz, Mexico, with non-consumers of addictive substances teenagers, between 12 and 19 years, students of high school. The proposal was to know the incidence of the values promoted by television to protect them from drugs use. It is an empirical work following mixed methodology: qualitative and quantitative; the analysis of the data collected through the application of a designed questionnaire appears specifically.

Key words: Drugs; Protective factors; television; Adolescents.

### INTRODUCCION

La ciudad de Xalapa enfrenta, como la mayoría de las ciudades del País, un incremento en el consumo de sustancias adictivas por los adolescentes y un decremento en la edad de inicio llegando a los diez años y aún menos. Aunado a esto, existe una gran disponibilidad, variedad y abundancia a las cuales pueden acceder fácilmente a pesar del combate oficial a las drogas. Es importante señalar que, si bien el consumo de drogas se ha venido generalizando, sigue siendo mucho mayor la proporción de adolescentes no consumidores (85%) que la de los consumidores (15%) en nuestra localidad (Xalapa, Veracruz, México) de acuerdo con las declaraciones del Director del Centro de Integración Juvenil-Xalapa (1); esta situación llama nuestra atención sobre los aspectos que les mantienen a los primeros leños del uso de sustancias adictivas.

La adolescencia suele ser considerada un período crítico, voluble, turbado, al cual padres y adolescentes temen. Es, por mucho, uno de los periodos más importantes en la vida de una persona; representa una época de vulnerabilidad en virtud de que constituye un período de transición, de curiosidad, asombro, cambio y, como menciona Becoña (2) también es la oportunidad de lograr un crecimiento positivo. Este grupo demográfico representa un desafío para la sociedad ya que le deberá garantizar la satisfacción de sus demandas y necesidades, así como la posibilidad de desarrollo de sus potencialidades. La forma de afrontar las situaciones, sus características de personalidad y estilo de socialización tendrán influencia en lo que vaya a ser el adolescente; no se puede dejar de lado que es en esta etapa en la que se toman decisiones cruciales en su vida (3). Algunas de las decisiones que deben tomar los adolescentes se

refieren a la experimentación con las drogas, con el uso y abuso de las mismas. En los años recientes se ha reducido la edad de inicio en el consumo de drogas a los doce y aún a los diez años (4, 5), la disponibilidad para obtener las drogas se ha visto aumentada, así como la diversidad de sustancias disponibles. En esta Ciudad se han realizado estudios con adolescentes no consumidores de sustancias adictivas a través de los cuales se identificaron los factores que ellos consideran que los protegen de su uso (6, 7, 8, 9, 10) entre los que se destacan: 1) autoestima en la familia (buena comunicación y actitudes positivas de la familia; apoyo parental; manifestaciones de amor; confianza en sí mismo promovida por la familia; estímulo y apoyo familiar; consejos de la familia); 2) valores personales y familiares (respeto entre las personas; honestidad; respeto a la vida; amistad; 3) actividades recreativas (convivencia con la familia; deporte); 4) factores personales (autoestima; conciencia: distinción entre el bien el mal; visión de futuro; modelos negativos); 5) factores familiares (información proporcionada en la familia); 6) factores escolares (información proporcionada por los profesores y escuela; interés de los profesores por el bienestar de los alumnos; convivencia y relaciones interpersonales en la escuela; reglas de la escuela); y, 7) valores promovidos por los programas televisivos.

No podemos dejar de lado que en esta etapa de adolescencia y en la toma de decisiones juegan un papel muy importante los elementos socioculturales del medio integrados a su personalidad, esto es, lo que se considera aceptable o no, de modo que se pueda relacionar satisfactoriamente con su mundo. Como señalaran los adolescentes, entre los factores de influencia se encuentran los agentes socializadores como la familia, escuela, amigos y la televisión. Es claro que el principal es la familia por ser el primer medio social en el cual el niño se desenvuelve, para ceder el espacio a la escuela y a la influencia de los amigos. Sin embargo, la televisión ha venido ganando terreno aún como medio educativo y ha adquirido poder debido al gran número de horas que los niños y adolescentes pasan frente a ella. Vale la pena recordar que mucho del aprendizaje en los primeros años se logra a través de modelos, mismos que pueden ser tomados de la televisión, los cuales pueden ser formativos o no, pero de fuerte influencia en su desarrollo personal y social. Dada la influencia de la televisión, nos damos cuenta de que impacta no sólo el comportamiento de los niños y adolescentes, sino que va más allá incidiendo también en su formación axiológica y por tanto en sus criterios para discernir el bien del mal; esta población es la más vulnerable e influenciada y, por lo tanto, proclive a adoptar lo presentado en la televisión, en sus series, programas y publicidad sin mediar alguna clase de reflexión. Así, la presencia de modelos adecuados que promuevan el aprendizaje, la formación del adolescente y la adquisición de valores morales resulta conveniente para fortalecer su desarrollo. Por un lado, la televisión, a través de sus modelos fomenta algunas actividades aceptables para estar al día: riesgosas, extremas, que pongan en riesgo la vida. La exposición cotidiana a estos programas y mensajes los convierte en modelos de socialización. Esta situación, entonces, nos permite sugerir teóricamente, que de ese modo los adolescentes pudieran involucrarse en actividades peligrosas que incluyen el uso de drogas, tabaco y alcohol. Por otro lado, este medio puede presentar situaciones mediante las cuales se pueda aprender respecto de los riesgos que se corren al aceptar el uso de drogas como forma de socializar (11). El mismo autor (Corona) ha señalado que la televisión puede tener una utilidad social al traer esas situaciones como temas de conversación comunes a la familia, además de usarla como motivo de reunión. Es innegable la influencia de la televisión en el desarrollo de niños y adolescentes, entonces habrían de potenciarse los mensajes positivos, apropiados y funcionales para ayudarles a protegerse del acceso a las drogas. Por supuesto, se requiere hacerlo de forma atractiva para captar su atención. Un tipo de programación con expresión de valores de manera cubierta o encubierta puede llevar a los adolescentes a reflexionar acerca de la forma de relacionarse con los demás: padres, amigos, compañeros, maestros; es importante, entonces, que en ella puedan reconocer la sociedad en que viven y la promoción de su autoestima y bienestar. Entonces, como se mencionó anteriormente, si la mayoría de los adolescentes está manteniéndose lejos de las sustancias adictivas, pero con una gran cantidad, diversidad y disponibilidad de ellas en el medio, amén de la publicidad y promoción (involuntaria tal vez) que se hace de ellas en los medios de comunicación, surge la inquietud de identificar qué estamos haciendo como familias, educadores y sociedad en general, incluidos los medios masivos de comunicación (particularmente la televisión) para fortalecer en los adolescentes aquellos factores del desarrollo humano que los mantienen protegidos del uso de drogas. En lugar de ignorar la televisión, conviene alentar a niños y adolescentes a comentar y analizar los programas y mensajes contenidos en ellos, convirtiéndose en telespectadores críticos. La argumentación anterior lleva al planteamiento de nuestra inquietud respecto de la incidencia de los valores promovidos en la televisión para la protección del uso de drogas en los adolescentes.

## METODOLOGIA

El estudio se realizó siguiendo técnicas cuantitativas y cualitativas, tanto en la obtención como en el tratamiento de la información. Los participantes fueron estudiantes de secundaria y bachillerato de 32 escuelas, públicas y privadas, de las zonas urbana y suburbana de la ciudad de Xalapa, Veracruz; sus edades oscilaban entre 12 y 19 años. El muestreo fue por etapas: estratificado por nivel socioeconómico, aleatorio para la selección de las escuelas y, finalmente, intencional o deliberado con la inclusión de adolescentes no consumidores de drogas. La muestra quedó conformada por 1009 estudiantes distribuidos en 18 escuelas secundarias y 14 bachilleres de los estratos socioeconómicos: bajo, medio y alto.

Instrumentos de recolección de información.

La información se obtuvo mediante: 1) un cuestionario diseñado ex profeso, el cual estaba constituido por 30 preguntas abiertas, cerradas y de elección. Para la comprobación de la fiabilidad se aplicó la prueba Alpha de Cronbach con un resultado de: 0.9303; 2) Entrevistas a informantes clave y a familias pertenecientes a las escuelas seleccionadas, con el propósito de complementar la información obtenida de los estudiantes. Para este artículo únicamente presentamos el análisis de las respuestas a aquellas preguntas del cuestionario relacionadas con el uso que hacen los adolescentes de la televisión, con los valores y actitudes que ésta promueve y su influencia como factor de protección. No incluimos los datos obtenidos por medio de las entrevistas en virtud de que no aportan a este trabajo información relevante.

Las preguntas analizadas son: 1) ¿Cuándo ves televisión (diario; 5 a 6 veces por semana; 3 a 4 veces; 1 a 2 veces). 2) Cuando ves televisión ¿durante cuánto tiempo la ves? (media hora, 1 a 2 horas; 3 a 5 horas; 6 horas o más). 3) ¿Cuáles son los 5 programas de televisión que prefieres? Ordénalos por preferencia y especifica el género de programas que son: (Cómicos, reportajes; drama; documentales; aventuras; policíacos; terror; noticias; otros: especifica). Escribe cuáles valores y antivalores muestra. 4) De los programas que señalaste en la pregunta anterior ¿qué te gusta y qué te disgusta? 5) ¿Cuáles son las actitudes que te estimulan a mostrar esos programas y te ayudan a no consumir drogas? 6) Menciona un programa de televisión que tú consideres que te protege del uso de drogas. 7) Si pudieras recomendar algo que consideres que protege del uso de drogas a los responsables de la programación de televisión ¿qué les recomendarías?

## RESULTADOS

El perfil de los participantes en el estudio, según el género: 55.4% mujeres y 44.6% hombres; su distribución por nivel socioeconómico se muestra en la Tabla 1; por nivel de estudios: 59.4% secundaria y 40.6% bachillerato. En cuanto a las edades, 41.1% tenía entre 12 y 14 años; 50.6% entre 15 y 17 años; 8.2% entre 18 y 19 años y sólo un participante no dio respuesta (0.1%).

TABLA 1

Estrato	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	213	21.1	225	22.3	438	43.4
Medio	156	15.5	246	24.4	402	39.8
Alto	81	8.0	88	8.7	169	16.7
Total	450	44.6	559	55.4	1009	100.0

Tabla 1. Estrato socioeconómico de los estudiantes por género.

La frecuencia y duración de visionado, así como la clase de programación a la que se exponen los adolescentes va a depender, en gran medida, del tipo de canales con que cuenten: canales de televisión abierta, televisión por cable o vía satélite; por lo tanto, preguntamos al respecto encontrando la información que se muestra en la figura 1, lo que muestra que dos terceras partes de los participantes cuentan con una diversidad de posibilidades en su consumo televisivo.

FIGURA 1

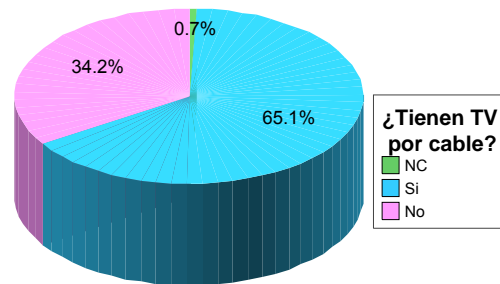


Figura 1. Disponibilidad de televisión por cable o vía satélite.

Para conocer el grado de influencia que puede ejercer la televisión, preguntamos a los participantes con qué frecuencia la ven, así como el tiempo de visionado encontrando los resultados que se muestran en las Tablas 2 a 4.

TABLA 2

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Diario</i>		
678	67.2	
<i>5 – 6 veces por semana</i>		
107	10.6	
<i>3 – 4 veces por semana</i>		
142	14.1	
<i>1 – 2 veces por semana</i>		
77	7.6	
NC		

5	0.5	
Total	1009	100.0

Tabla 2. Frecuencia de visionado de televisión

Observamos que un poco más de dos tercios de los participantes provenientes de los estratos socioeconómicos bajo y medio ven diario la televisión encontrando una asociación estadísticamente significativa ( $\chi^2 = .004$ ) en todas las categorías con los 3 estratos socioeconómicos de pertenencia (véase Tabla 3) y no, en cambio, con el género ni con la edad.

TABLA 3

	BAJO	MEDIO	ALTO
	%	%	%
Diario	69.6	68.2	58.6
5 – 6 veces por semana	8.9	11.4	13.0
3 – 4 veces por semana	15.3	13.2	13.0
1 – 2 veces por semana	5.9	6.5	14.8
NC	.2	.7	.6
TOTAL	100	100	100

Tabla 3. Visionado de televisión por estrato socioeconómico.

Aún cuando se aprecia una diferencia mínima entre los estratos socioeconómicos, un menor porcentaje de los estudiantes procedentes de un estrato alto reportó ver diario la televisión y para la frecuencia de 1 a 2 veces por semana, este estrato es el que dio el mayor porcentaje de respuestas. Ahora bien, cabe preguntarse ¿durante cuánto tiempo la ven? Presentamos a los participantes 4 opciones de respuesta para identificar el grado de influencia de la televisión en ellos. Es decir, se requiere conocer el tiempo que pasan frente al televisor en cada ocasión que la ven. Así, encontramos en la Tabla 4 los datos referentes a las diferentes opciones de esta respuesta en los que se refleja que poco más de la mitad de los estudiantes reportó ver la televisión durante 1 ó 2 horas en cada ocasión, mientras que los que la ven de 3 a 5 horas corresponden al 31.4%.

TABLA 4

Porcentaje
1/2 hora
7.6
1 a 2 horas
51.8

3 a 5 horas	
31.4	
6 horas o más	
8.6	
NC	
0.5	
Total	100.0

Tabla 4. Tiempo de visionado de televisión.

Nuevamente, analizando la relación existente (véase Tabla 5) entre todas las categorías del tiempo de visionado con las características sociodemográficas, encontramos que sólo existe una asociación estadísticamente significativa con los 3 estratos socioeconómicos ( $\chi^2 = .000$ ); no así con el género ( $\chi^2 = .439$ ) ni con la edad ( $\chi^2 = .428$ ).

TABLA 5

	BAJO %	MEDIO %	ALTO %
½ hora	6.6	6.2	13.6
1 a 2 horas	51.8	48.5	59.8
3 a 5 horas	30.6	35.8	23.1
6 horas o más	10.7	8.7	3.0
NC	.2	.7	.6
TOTAL	100	100	100

Tabla 5. Tiempo de visionado de televisión por estrato socioeconómico.

En esta ocasión volvimos a encontrar, con los resultados de chi cuadrado, que los estudiantes provenientes de un estrato bajo ven la televisión durante mayor número de horas (6 o más), en comparación con los del estrato alto; queda pendiente de realizar una prueba de contraste que permita precisar la diferencia de los porcentajes. Como resultado de la solicitud a los participantes de mencionar los cinco programas que prefieren obtuvimos un listado de 462 programas, entre los que aparecen mencionados el género del programa (categoría) o la cadena televisiva, como por ejemplo Noticias y National Geographic. Por razones de espacio y considerando que es suficientemente ilustrativo para los propósitos de este trabajo enlistamos los 15 más mencionados por los adolescentes, así como las tres principales razones explicitadas para elegirlo, además de los valores que ellos identifican en dichos programas (Tabla 6).

TABLA 6

Programa	Agrada	Valores que muestran los programas
Los Simpson	Diversión	Respeto
	Todo	Unión familiar
	Temas	Solidaridad

Amor en custodia	Tema Personajes Relaciones amor y amistad	de	Respeto Solidaridad Unión familiar
La fea más bella	Diversión Valores Relaciones amor y amistad	de	Respeto Amistad Autoestima
Smallville	Personajes Valores Tema		Respeto Solidaridad Amistad
Rebelde	Actores Diversión Relaciones amor y amistad	de	Respeto Amistad Solidaridad
Otro rollo	Diversión Tema Todo		Amistad Respeto Alegría
Dragon Ball Z	Acción Valores Diversión		Solidaridad Amistad Respeto
Top tele hit	Música Diversión Todo		Alegría Respeto Tolerancia
Bob esponja	Diversión Relaciones amor y amistad Todo	de	Amistad Respeto Responsabilidad
Malcolm el de en medio	Diversión Valores Contenido		Respeto Amistad Solidaridad
Los 10 más pedidos	Música Diversión Valores		Respeto Honestidad Aprendizaje
South Park	Diversión Todo Personajes		Amistad Alegría Solidaridad

MTV (cadena)	Música Todo Contenido	Respeto Amistad Confianza
Películas (categoría)	Valores Diversión Contenido	Respeto Amistad Solidaridad
Floricienta	Diversión Tema Relaciones amor y amistad	Respeto Amistad de Solidaridad

Tabla 6. Los 15 programas más vistos: lo que agrada de ellos y los valores que muestran.

A la solicitud de que describieran las actitudes que les invitan a mostrar sus programas preferidos, las cuales les ayudan a mantenerse alejados del uso de drogas, un alto porcentaje de los participantes no contestó (los porcentajes estuvieron entre 25 y 70); particularmente, para el programa South Park este porcentaje fue de 70. En la Tabla 7 presentamos los resultados generales obtenidos, en donde se aprecia que existen situaciones protectoras en dichos programas, tales como mostrar los efectos negativos por el uso de drogas, no se presenta el consumo de sustancias adictivas, además de mostrar efectos positivos como formas de diversión, respeto, formas de prevención y vivencia de valores, entre otras.

TABLA 7

	Frecuencia	Porcentaje
Ver los efectos de las drogas		
195	15.7	
Diversión		
185	14.9	
Respeto		
128	10.3	
No muestran drogas		
80	6.4	
Prevención		
68	5.5	
Reflejar los valores		
64	5.1	
Unión familiar		
47	3.8	



---

Solidaridad 47	3.8
Amistad 45	3.6
Vida sana 40	3.2
Escuchar enseñanzas / Aprender 40	3.2
Responsabilidad 35	2.8
Autenticidad / Honestidad 30	2.4
Tomar conciencia / Reflexionar 29	2.3
Visión del futuro 16	1.3
Confianza 13	1.0
Buscar información 11	.9
Fortalecer la autoestima 11	.9
Seguridad 10	.8
Amor por la vida 8	.6
Tolerancia 8	.6
Decisión personal 7	.6
Mostrar felicidad 1	.1
Superación 1	.1

---

Otras	
126	10.1

Tabla 7. Situaciones protectoras estimuladas por los programas televisivos.

Además de conocer las actitudes que les estimulan a presentar, era de nuestro interés saber si la programación les promueve y/o fortalece su formación axiológica; así, solicitamos que valoraran en qué medida los programas de televisión que acostumbran ver les influyen para mostrarse de cierta manera en la vida cotidiana, aclarando que cada una de las expresiones utilizadas hacía referencia a un valor en particular; presentamos para ello un listado de 23 valores contenidos en sus correspondientes frases. Los valores mejor calificados fueron: Comunicación, reflexión, autoaceptación, aceptación interpersonal, amistad, generosidad, resiliencia, piedad filial, perseverancia, justicia y esperanza. En cambio, los que recibieron las calificaciones más bajas fueron: Compromiso, congruencia, compasión, generosidad y cortesía.

Una vez llegados a estas reflexiones les solicitamos que identificaran algún programa en específico considerado protector del uso de drogas. Obtuvimos un listado de 157 programas entre los cuales también se incluyeron cadenas televisivas, así como género de los programas. Presentamos los 15 más señalados por los adolescentes en la Tabla 8.

TABLA 8

Programa	Frecuencia	Porcentaje
Noticiero	174	17.2
Lo que callamos las mujeres	60	5.9
Mujer casos de la vida real	39	3.9
La vida es una canción	29	2.9
Discovery channel	29	2.9
Deportes	28	2.8
Rebelde	25	2.5
Vivir sin drogas	25	2.5
Bob esponja	20	2.0
Otro rollo	19	1.9
El chavo del ocho	18	1.8
Floricienta	18	1.8
Laura en América	15	1.5
Smallville	13	1.3
Los Simpson	10	1.3

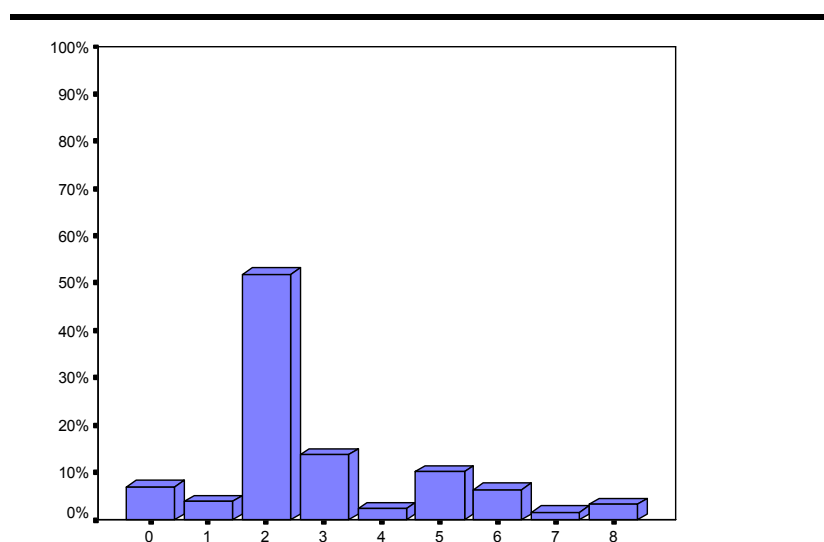
Tabla 8. Programa televisivo considerado protector del uso de drogas.

El tipo de programa considerado protector del acceso a las drogas es el Noticiero (entendiendo este como la categoría en la que están contenidos diversos programas de noticias) seguido a gran distancia porcentual por Lo que callamos las mujeres en el cual se presentan situaciones señaladas como verídicas, mostrando, con algún realismo, problemáticas de la vida cotidiana de la familia y de las mujeres en particular.

Los datos anteriores coinciden con los obtenidos a partir de las sugerencias realizadas por los adolescentes a los responsables de la programación televisiva. La gran cantidad de respuestas obtenidas se agruparon en categorías, en las que se presentó con el mayor porcentaje de respuestas (51.9) Proporcionar información sobre el consumo de

sustancias adictivas, con lo cual manifestaron su necesidad de estar mejor informados al respecto. A esta categoría le siguió, con una gran diferencia, no mostrar el uso de sustancias adictivas (13.7%). No se puede dejar de lado que existe una necesidad de los jóvenes por ver programas que alienten un estilo de vida familiar y que puedan ser compartidos por todos los integrantes, por lo cual sugieren Programas familiares y deportivos (10.2%). asimismo, los participantes señalaron que las televisoras podrían presentar programas en los cuales se promuevan los valores (6.3%) y que presentaran menor agresión (3.8%), así como mostrar alternativas para dar solución al problema del uso de drogas a través de los centros de ayuda y autoayuda (1.6%) (Figura 2).

FIGURA 2



Claves: 1. Menos agresión 2. Proporcionar información sobre el consumo de sustancias adictivas 3. No mostrar el uso de sustancias adictivas en su programación 4. Nada 5. Programas familiares y deportivos 6. Promover los valores 7. Centros de autoayuda 8. Otros 0. No contesto

Figura 2. Sugerencias para una programación que les proteja del uso de drogas.

## DISCUSION

Como mencionamos al inicio de este documento, es innegable la variedad y facilidad de acceso a las drogas que tienen los adolescentes y sin embargo, por fortuna, siguen siendo minoría los que acceden a ellas (15%), de modo que el resto (85%) se mantiene alejado de ellas utilizando diversas estrategias (1). Es evidente el papel preponderante que tienen en esta tarea las familias, las escuelas, los profesores, los amigos y, por supuesto, los medios de comunicación.

Comprobamos que la dieta televisiva de los adolescentes de la localidad es muy similar a la que tienen los de otras ciudades del País y de otros países, siendo equivalente o rebasando al número de horas de estancia en el centro escolar (12). Este escenario nos lleva a cuestionarnos acerca de la utilidad que pueden tener algunos programas en el proceso formativo de los adolescentes, así como respecto de la clase de reflexión que hacen en cuanto a los contenidos y efectos en su desarrollo.

A la televisión, particularmente, se le ha depositado una carga negativa en cuanto a la influencia ejercida en los niños y adolescentes y, si bien es cierto que presenta modelos poco apropiados para promover un desarrollo sano del individuo, no podemos dejar de lado que también se han venido realizando esfuerzos –en los últimos años– para presentar información fidedigna respecto de los efectos del uso de drogas, amén de haber eliminado la publicidad de tabaco.

Del mismo modo algunas televisoras, han implementado algunas campañas orientadas a la prevención del uso de drogas (del tipo: di no a las drogas), situación que resulta compatible con la opinión de algunos adolescentes cuando señalan que los programas no deberían contener escenas mostrando el uso de sustancias adictivas.

Al analizar los datos obtenidos vemos que las actitudes estimuladas por algunos programas elegidos por los adolescentes se relacionan con situaciones protectoras del uso de drogas, al reconocer que se muestran los efectos negativos producidos; además, la búsqueda de diversión en la televisión es algo atractivo para los adolescentes como una forma de protección, así como actitudes de respeto hacia sí y los demás; algo que reconocen en los programas es el hecho de no mostrar en ellos el uso de drogas y sí fomentan actitudes de prevención y manifestación de los propios valores.

La razón para elegir ver un programa es primordialmente la diversión. Así pues, si esto es lo que buscan en la televisión, es menester que los encargados de los medios realicen programas divertidos y al mismo tiempo formativos. Esta tarea se advierte difícil pero no imposible.

Los adolescentes no suelen ser espectadores críticos pero sí logran identificar valores contenidos en los programas preferidos y, al mismo tiempo, señalan que esos programas les influyen a vivenciar algunos en su vida cotidiana. Coincide con la etapa de desarrollo que atraviesan, que los valores mejor evaluados se relacionan con las tareas del adolescente: establecimiento de relaciones de amistad; necesidad de establecer formas de reflexión y comunicación profunda; aceptación de sí mismo en relación con la aceptación de los demás; desarrollo de sus fortalezas; búsqueda de la justicia, entre otras. Asimismo, en la búsqueda de su estilo personal prueban formas de comportamiento y dejan de lado la cortesía, compasión y la generosidad, lo cual quedó reflejado en las respuestas de los adolescentes.

De tal forma, si los adolescentes buscan diversión en la televisión y reconocen alguna programación que les puede favorecer en su decisión de no acceder al uso de sustancias adictivas al mismo tiempo que fortalece en ellos algunos valores que les conservan protegidos de su uso, haría falta que los encargados de dicha programación se convencieran de las necesidades planteadas por los jóvenes: programas que les animen a vivir de forma sana y con valores manifiestos y no les hace falta ver escenas mostrando el uso de drogas. Tal vez lo que les ha hecho falta es un poco de creatividad para lograr una programación atractiva, divertida y promotora de un desarrollo sano del niño y adolescente.

## REFERENCIAS

- 1.- Director del Centro de Integración Juvenil-Xalapa (Comunicación personal, abril de 2005).
- 2.- Becoña, E. Bases científicas de la prevención de las drogodependencias. Madrid: Ministerio del Interior. 2002:337.
- 3.- Cabrera, D., Kruse, F., y Gómez, C. Un perfil de amor y sexo en números durante la adolescencia. En Revista de enfermedades infecciosas en pediatría. 2007. Vol. XX Núm. 79:59-65.

- 4.- Medina-Mora, ME., Peña-Corona, MP., Cravioto, P., Villatoro, J. y Kuri, P. Del tabaco al uso de otras drogas: ¿el uso temprano de tabaco aumenta la probabilidad de usar otras drogas? Salud Pública de México. 2002. 44, suplemento 1:5109-5115.
- 5.- Consejo Nacional Contra las Adicciones (CONADIC). Encuesta nacional de adicciones 2002. Tabaco, alcohol y otras drogas. 2003: 10. Disponible en: <http://www.conadic.gob.mx/doctos/ena2002/ENA02-O.pdf> (Consultado el 9 de noviembre de 2005).
- 6.- Yedra, L.R. y González, M.P. La familia: factor protector contra las adicciones. Prometeo: Fuego para el Propio Conocimiento. 2003. 36: 49-56.
- 7.- Yedra, L.R. Factores del desarrollo humano que protegen a los jóvenes del uso de sustancias adictivas. México: Universidad Iberoamericana (Orientación y Desarrollo Humano, tesis de doctorado) 2004; 160: 63-112.
- 8.- González, M.P. y Yedra, L.R. Un modelo para promover la identificación de factores protectores contra las adicciones en los adolescentes. Integración. 2004; Num. 21: 49-57.
- 9.- González, M.P. y Yedra, L.R. Influencia de la televisión en la promoción de los valores: Una alternativa del desarrollo humano contra las adicciones. (Reporte Técnico). Xalapa, Ver.: Universidad Veracruzana. Instituto de Psicología y Educación. 2005: 263.
- 10.- González, M.P. y Yedra, L. R. La escuela y los amigos: Factores que pueden proteger a los adolescentes del uso de sustancias adictivas. Enseñanza e Investigación en Psicología. 2006. Vol. 11, Num. 1: 23-37.
- 11.- Corona, S. Televisión y juego infantil: Un encuentro cercano. México: UAM-Xochimilco. 1989: 28.
- 12.- Sevillano, M.L. Evaluación de programas culturales-formativos de la televisión pública. Madrid: Dyckinson. 2004: 114.