

Redes sociales y su influencia en el consumo de drogas en estudiantes de preparatoria en Xalapa, Veracruz: Un estudio cualitativo

CRUZ-JUÁREZ, Alma†*, MONTERO-DOMÍNGUEZ, Félix, SALAS-GARCÍA, Betzaida y ORTIZ-LEÓN, Cristina

Universidad Veracruzana

Recibido 18 de Agosto, 2016; Aceptado 10 de Noviembre, 2016

Resumen

El estudio de las redes sociales se ha convertido en una forma de explorar la relación de nuevos fenómenos sociales, entre ellos el consumo de drogas. La literatura señala que el estudio de las redes sociales, es una herramienta valiosa para comprender el inicio y la progresión del uso de drogas a lo largo del tiempo. Asimismo, se ha observado que las redes sociales pueden tener potencial para influir sobre patrones de uso de drogas, básicamente por mecanismos de persuasión e imitación de pares, con lo cual podría convertirse en factor de riesgo. En México existen cerca de 14 millones de usuarios adolescentes de redes sociales, y no se conoce con precisión los mecanismos de influencia de la relación contenido mediático y consumo de drogas. El objetivo de esta investigación, fue identificar las características del contenido mediático relacionado con alcohol y marihuana, publicado en redes sociales, y explicar si existe relación entre la exposición a dicho contenido, con los cambios en la percepción ante el consumo de estas sustancias en estudiantes de preparatoria de 15 a 19 años. Para tal propósito se empleó metodología cualitativa mediante grupos focales y la teoría fundamentada.

Redes sociales, consumo de drogas, adolescentes

Abstract

The study of social networks has become a way of exploring the relation of new social phenomena, among them the consumption of drugs. The literature indicates that the study of social networks is a valuable tool for understanding the onset and progression of drug use over time. It has also been observed that social networks may have the potential to influence patterns of drug use, basically by mechanisms of persuasion and imitation of peers, which could become a risk factor. In Mexico there are about 14 million adolescent users of social networks, and the mechanisms of influence of media content and drug use are not precisely known. The objective of this research was to identify the characteristics of media content related to alcohol and marijuana, published in social networks, and to explain if there is a relationship between exposure to said content, and the changes in perception regarding the consumption of these substances in students From 15 to 19 years old. For this purpose, a qualitative methodology was used through focus groups and grounded theory.

Social networks, drug use, adolescents

Citación: CRUZ-JUÁREZ, Alma, MONTERO-DOMÍNGUEZ, Félix, SALAS-GARCÍA, Betzaida y ORTIZ-LEÓN, Cristina. Redes sociales y su influencia en el consumo de drogas en estudiantes de preparatoria en Xalapa, Veracruz: Un estudio cualitativo. *Revista Investigaciones Sociales*. 2016, 2-6: 14-22

† Investigador contribuyendo como primer autor

* Correspondencia al autor: (acruz@uv.mx)

Introducción

En México, al igual que en otras naciones en vías de desarrollo, los adolescentes son un grupo poblacional particularmente vulnerable a los factores de riesgo para el inicio del consumo de drogas; las sustancias de mayor consumo entre este sector son el alcohol, seguido por el tabaco, la marihuana, la cocaína y los inhalables. (Jordán Jinez et al., 2009; Ramírez-ortiz, y Caballero-hoyos, 2012; Velázquez et al., 2011).

Correspondientemente, los jóvenes entre los 15 y 19 años de edad, son además el grupo que más consume contenido mediático utilizando tecnologías de la información y comunicación; a través de dichos contenidos los jóvenes conocen pautas y modelos conductuales a seguir (Pindado, 2006). Los medios de comunicación representan la tercera vía por la que los jóvenes reciben información sobre las drogas y sus efectos, siendo la familia y la escuela la primera y segunda vía respectivamente (Prieto Cruz, 2009). Así mismo, se suma el potencial que las redes sociales tienen para influir sobre los patrones de consumo través de mecanismos de persuasión e imitación de pares como parte del proceso de socialización. La globalización que hoy marca el ritmo de desarrollo de las sociedades y del mundo, ha marcado también nuevas pautas de desarrollo y relación entre los grupos de población más joven, que se acercan y consumen cultura global por medio de las redes sociales, que establecen modas, gustos y tendencias entre sus pares.

Actualmente en México es escaso el control normativo para filtrar el contenido que llega a los usuarios adolescentes, quienes pueden acceder a una gran variedad de ellos, entre los que se cuentan los relacionados con el consumo de drogas como el alcohol, marihuana y otras drogas.

Esta situación representa un potencial problema de salud para los adolescentes, considerando que se ha demostrado la relación entre la exposición prolongada a contenido mediático de tipo audiovisual, con el consumo de alcohol y marihuana en estudiantes de Bachillerato en Estados Unidos (Primack, Kraemer, Fine, & Dalton, 2009).

Dentro del estudio de las redes sociales y el comportamiento adictivo, Galván, J. Serna G. y Hernández A. (2008) refieren dos enfoques; uno relacionado con la evaluación del impacto de aspectos vinculados con la red como sería la presión de pares, el consumo de personas muy cercanas como familiares y amigos como factores de riesgo correlacionados con el uso y abuso de consumo de drogas, y el otro relacionado con el análisis de las características propias de las redes de los usuarios para conocer el nivel de influencia en el inicio y desarrollo de la conducta del consumo de drogas.

Diversas investigaciones han señalado que el estudio de las relaciones que se establecen en las redes, son una herramienta valiosa para comprender el inicio y evolución del uso de drogas a lo largo del tiempo, en razón de su potencial para influir sobre patrones de uso, refiriendo mecanismos de persuasión e imitación de pares, con lo cual se convierten en un factor de riesgo para el consumo. Actualmente se desconoce cómo está afectando esta problemática a los estudiantes de bachillerato en México, país en el que la cantidad de usuarios adolescentes de redes sociales se incrementa gradualmente, y cuyos hábitos de uso presentan similitudes con los reportados por los jóvenes de otros países del mundo.

Se carece de información suficiente para explicar la relación entre el contenido mediático alusivo al consumo de drogas que se publica en redes sociales, y los cambios en la percepción hacia el consumo de los adolescentes mexicanos, de igual forma, se desconocen las características que posee el contenido mediático relacionado con el consumo de drogas. Por lo que el presente estudio tuvo como objetivo explorar y documentar a partir de los discursos de los participantes, estudiantes de bachilleratos públicos y privado, la relación que existe entre el contenido mediático referente al consumo de drogas y su percepción hacia el consumo. La metodología cualitativa con grupos focales y el análisis de las transcripciones de los grupos focales basado en la teoría fundamentada, se consideró pertinente para realizar esta investigación exploratoria.

Objetivo del estudio

Explorar la relación entre la exposición al contenido mediático alusivo al consumo de sustancias psicoactivas publicado en redes sociales, y la percepción hacia el consumo de alcohol y mariguana en estudiantes de 15 a 19 años de edad que asisten al bachillerato.

Metodología empleada

Con el propósito de ir más allá de generar información netamente epidemiológica, resultó pertinente emplear un diseño de investigación de corte cualitativo, de tipo exploratorio y transversal, en el que se utilizó el grupo focal como la técnica de recolección de información. Mediante un muestreo teórico se seleccionó a los participantes, estudiantes de bachilleratos públicos y privados, de 15 a 19 años de edad, usuarios de redes sociales en internet, quienes aceptaron participar con consentimiento informado y firmado.

En el proceso de selección se procuró un equilibrio entre el número de mujeres y hombres, así como en la elección de los planteles para mantener la diversidad de los contextos socioeconómicos y regionales de los estudiantes, para registrar en la medida de lo posible las características de los diferentes contextos en los que ocurren las interacciones entre los adolescentes y el contenido mediático de las redes sociales.

Se formaron cinco grupos focales, los cuales fueron integrados de la siguiente forma:

- a) Grupo 1. Escuela privada de la ciudad de Xalapa. Ocho Integrantes, cinco mujeres y tres hombres
- b) Grupo 2. Escuela pública de la ciudad de Xalapa. Nueve integrantes, cinco mujeres y cuatro hombres
- c) Grupo 3. Escuela pública de la ciudad de Xalapa. Nueve integrantes, cuatro mujeres y cinco hombres
- d) Grupo 4. Escuela pública rural de la localidad de las Trancas, municipio de Emiliano Zapata, Veracruz. Nueve integrantes, seis mujeres y tres hombres
- e) Grupo 5. Escuela pública de la ciudad de México. Diez integrantes, seis mujeres y cuatro hombres

Primera etapa

Se elaboró una guía temática para trabajar con los primeros tres grupos focales, diseñada de acuerdo a los constructos de la teoría de la acción planeada, enfoque teórico inicial de la investigación, como parámetros para analizar la intención de consumo de drogas, además el análisis fue complementado con los constructos de la teoría de usos y gratificaciones para explorar el uso que los adolescentes le dan al contenido mediático publicado en las redes sociales (Fishbein y Ajzen, 2010; Ruggiero, 2000).

El propósito de esta guía fue promover la discusión dentro del grupo y explorar los procesos asociados al problema de investigación.

Cada sesión de grupo focal tuvo una duración de sesenta minutos, las sesiones fueron grabadas (con consentimiento de los participantes), en cada grupo se procuró optimizar las condiciones ideales para la participación grupal, colocando a los participantes y al investigador en posiciones de igualdad dentro del círculo, además se solicitó el respeto a la opinión de cada participante, y se estimuló la intervención de todos los miembros del grupo, como estrategia para generar contrapeso, para los integrantes que dominaban la discusión del grupo.

A partir de las teorías mencionadas, se crearon las categorías de estudio que se utilizaron para clasificar la información obtenida durante el primer proceso de análisis de los datos:

- Actitudes hacia el contenido publicado en las redes sociales alusivo al consumo de drogas
- Percepción de autocontrol (control percibido) ante el consumo de drogas
- Normas descriptivas e impositivas, de carácter subjetivo, que inciden sobre la conducta de los jóvenes, en relación al consumo de drogas
- Intención de consumo de drogas y si ésta se ve influida por la exposición a contenido mediático alusivo al consumo de drogas en las redes sociales
- Usos y gratificaciones que experimentan los adolescentes, al ser expuestos a los mensajes del contenido mediático alusivo al consumo de drogas en redes sociales.
- Los pasos del procedimiento del primer análisis cualitativo fueron los siguientes:
- Llevar a cabo la sesión de grupo focal y grabarla en un archivo digital de audio.

- Transcribir los discursos que se dieron durante el desarrollo de los grupos focales.
- Introducir la totalidad del contenido de la transcripción al software de análisis cualitativo ATLAS.TI (Scientific Development Software, 2012).
- Dividir cada línea de texto en la transcripción en unidades de análisis.
- Clasificar cada una de las citas que componen el discurso, en su correspondiente categoría de análisis.
- Diseñar matrices de datos cualitativos a partir de las citas, códigos y familias

Al realizar el análisis cualitativo de esta etapa de acuerdo a los constructos de la teoría de la acción planeada como ejes temáticos para clasificar e interpretar la información proporcionada por los participantes, se identificaron conceptos que no podían ser explicados mediante dichos constructos; la principal limitación de este abordaje teórico fue la rigidez de la construcción teórica para explicar los significados expresados en los discursos de los adolescentes, especialmente, en relación a los usos que le daban al contenido mediático y a las emociones generadas cuando lo veían publicado en redes sociales.

La restricción para interpretar la información obtenida, obligó a replantear el marco teórico de la investigación, y por ende seleccionar una aproximación teórica más sensible para analizar los relatos de los adolescentes, optando por la teoría fundamentada de Glaser, B. G. (2008), la cual pone énfasis en la sensibilidad del investigador para identificar las categorías clave dentro de las transcripciones de los discursos de los grupos focales, además, se obtuvo la flexibilidad creativa necesaria para relacionar los conceptos identificados, y ubicarlos como elementos de un proceso social, para producir interpretaciones fundamentadas en los datos que facilitan la comprensión del problema de investigación (Bowen, 2008; Corbin y Strauss, 2015).

Con la nueva estrategia de análisis de la teoría fundamentada, se procedió a retomar las transcripciones de los tres primeros grupos focales para hacer un segundo proceso de análisis cuyo procedimiento se describe a continuación:

- Se realizó una nueva lectura de las transcripciones para identificar códigos emergentes en el discurso de los adolescentes.
- Se solicitó el apoyo de dos analistas imparciales, ajenos a esta investigación, para realizar un análisis alterno al del investigador, y retroalimentar los códigos identificados por el investigador.
- Los códigos fueron refinados y expandidos con la retroalimentación de los analistas y se procede a crear una guía de codificación, para estandarizar el análisis de las transcripciones de los grupos focales.
- El proceso de codificación se realizó en hojas de papel, y el resultado fue introducido al paquete de software Atlas.ti (Scientific Development Software, 2012), como apoyo para la organización de los datos.
- La información generada del proceso de análisis se utilizó para elaborar una nueva guía para obtener información acerca de los códigos emergentes, que no fueron explorados en la versión anterior.
- Con la información complementaria se realizó un nuevo proceso de análisis cualitativo, que consiste identificar las relaciones conceptuales presentes en la información codificada, para identificar las características asociadas al fenómeno de estudio, como son: el contexto en el que se lleva a cabo, las causas que lo provocan, y las consecuencias que el fenómeno produce en la población.

Segunda etapa

Con la incorporación de la teoría fundamentada, como nueva perspectiva teórica, se realizó un segundo análisis de las transcripciones de los tres primeros grupos focales, en esta ocasión se identificaron categorías asociadas al problema de investigación, que fueron omitidas en el primer intento de análisis, obteniéndose dos productos: una guía de codificación, como apoyo para conceptualizar la información de los grupos focales, en códigos que facilitan la clasificación de los datos y su posterior interpretación, el segundo producto, una nueva guía temática para los grupos focales subsecuentes, en la cual se plantearon preguntas abiertas, que exploraron las temáticas que resultaron más relevantes para comprender el problema de investigación.

Con esta nueva guía temática rediseñada, se trabajó con los dos grupos focales restantes (grupo 4 y 5) para completar la información acerca de las categorías de estudio que emergieron durante el primer análisis.

Resultados

Uso de las redes sociales y sus consecuencias

La principal red social para los adolescentes participantes es Facebook, la cual consideran como básica para su comunicación habitual, seguida por YouTube y Twitter en segundo y tercer lugar respectivamente. La aplicación de mensajería instantánea más usada es What's app. Los estudiantes del bachillerato privado en Xalapa y los estudiantes del bachillerato público en la Ciudad de México, utilizan redes sociales especializadas en distintos intereses, como ask.fm para formular y responder preguntas sobre diversos temas con otros jóvenes, match.com para hacer contacto con personas interesadas en una relación interpersonal, y redes sociales especializadas en compartir imágenes como Instagram y Snapchat.

El motivo principal para la utilización de las redes sociales, es la comunicación con sus pares, mediante el uso de texto e imágenes. En segundo lugar, el entretenimiento mediante videos musicales, deportivos o cómicos, y en tercer lugar la búsqueda de información para realizar tareas, acontecimientos sociales de su círculo de amistades, y noticias.

Los participantes reportaron consecuencias positivas y negativas del uso prolongado de las redes sociales, señalando como aspectos positivos el ampliar su acervo cultural y conocer nuevas problemáticas sociales; y negativos el tiempo utilizado en las redes sociales por lo cual existe un distanciamiento de la familia y amigos cercanos, además de impacto en el rendimiento académico, al no dedicar suficiente tiempo a las actividades escolares; reportando en algunos casos sentimientos de aislamiento y ansiedad al no recibir respuesta inmediata a los mensajes que envían sus pares.

Características del contenido alusivo al consumo de drogas en redes sociales

El contenido que se publica en las redes sociales, relacionado con el consumo de alcohol, marihuana y otras drogas, es la principal fuente de información para los participantes, por encima de la proporcionada por otros medios. La información referida proviene principalmente de tres fuentes: a) publicaciones de los contactos en la red, alusivas a fotografías, videos de jóvenes en fiestas o reuniones sociales, en las que el alcohol o la marihuana aparecen como figuras centrales; b) publicaciones subidas por sitios web informativos o por grupos de usuarios independientes, referentes a imágenes y videos que abordan temas relacionados con la despenalización de las drogas y los beneficios de la marihuana para algunos problemas de salud, silenciando los daños potenciales a la salud por el uso de dichas drogas.

c) el contenido se inserta como anuncios dentro de los videos de entretenimiento musical y deportivo en YouTube, o en forma promociones y recetas para preparar bebidas en Facebook.

Percepción hacia el contenido mediático y al consumo de drogas

La percepción que tienen los adolescentes con respecto a los pares sociales que suben imágenes relacionadas al consumo de alcohol y marihuana, es desemejante: para los estudiantes de los bachilleratos públicos de la ciudad de Xalapa, y el del medio rural perteneciente al municipio de Emiliano Zapata, el contenido representa una forma de ostentación, presunción, y presión social para iniciarse en el consumo de drogas; percibiendo que dicha presión puede influir principalmente en jóvenes manipulables, quienes tienen necesidad de ser aceptados por adolescentes consumidores. Por el contrario, los estudiantes del bachillerato privado de la ciudad de Xalapa, justificaron el consumo de sustancias de sus pares, siempre y cuando se realice en privado, absteniéndose de publicarlo en redes sociales, y que la finalidad de dicho consumo sea el disfrute de la marihuana o del alcohol. Los estudiantes de la ciudad de México, no comparten su percepción con los de Xalapa, este grupo tolera la decisión de sus pares que suben fotos y videos de su consumo.

La percepción que tienen los adolescentes con respecto al consumo de drogas en las redes sociales; los grupos de los bachilleratos públicos de la ciudad de Xalapa y el del medio rural, refirieron no tener curiosidad por experimentar los efectos del consumo de alcohol el cual consideran desagradable, sin embargo, aceptaron que la publicidad de bebidas alcohólicas puede generar curiosidad para consumirlo principalmente en personas más jóvenes que ellos, por ser más influenciables a los mensajes publicados en las redes.

Para los alumnos de bachillerato privado de la ciudad de Xalapa, la autoestima y los valores son determinantes para evitar ser influenciados por los mensajes publicitarios relacionados con el consumo de alcohol, marihuana y otras drogas. La decisión de iniciarse o no a consumir alcohol o marihuana, está en relación con la presión de sus pares consumidores. Algunos jóvenes declararon sentir curiosidad por experimentar los efectos de drogas distintas al alcohol y al tabaco, como las anfetaminas, estos adolescentes explicaron que el carácter prohibido de las drogas ilegales les produce curiosidad por experimentar sus efectos, y que el contenido publicado en redes sociales refuerza dicha curiosidad. El grupo de adolescentes de la ciudad de México, afirmó que la información relacionada con el consumo de drogas en las redes sociales ha incrementado su conocimiento y eliminado el estigma social hacia su consumo.

Conclusiones

El paradigma cualitativo propuesto, grupos focales y la teoría fundamentada, fue de gran utilidad para perfilar las particularidades de fenómenos poco conocidos como el objeto de estudio de la presente investigación, asumiendo como limitación que a partir de este tipo de indagación, las conclusiones no pueden ser generalizables al universo, del cual los casos estudiados forman parte.

La teoría fundamentada para el análisis de la información tuvo como resultado una apertura conceptual, que favoreció la identificación de categorías de estudio relacionados al problema de investigación, lo cual representó un apoyo sustancial para cumplir con los objetivos y dar respuesta a las preguntas de investigación y concluir con la construcción de una teoría fundamentada en los datos obtenidos, que diera una explicación comprensiva al problema de investigación.

Sin embargo, en el estudio se encontraron limitaciones que restringieron la capacidad de generalizar los datos obtenidos debido a que la muestra poblacional de la investigación fue reducida y, aunque se procuró mantener una variedad entre contextos socioeconómicos en la formación de los grupos focales, no todos los contextos en los que se desenvuelven los jóvenes fueron explorados, por ejemplo, los adolescentes usuarios de redes sociales que no cursan actualmente el bachillerato.

Cuando se relacionaron los datos obtenidos con la literatura acerca del problema de investigación, se detectaron similitudes y diferencias dentro del discurso de los participantes en los grupos focales, con respecto a los hallazgos de investigaciones realizadas en Estados Unidos y Europa. Entre las similitudes, destaca que el contenido mediático alusivo al consumo de alcohol se encuentra ampliamente difundido en las redes sociales, este contenido es publicado por los pares de los jóvenes, y por las campañas publicitarias de las diferentes marcas de alcohol. Los estudiantes en México pueden acceder fácilmente al contenido mediático, al igual que ocurre con los adolescentes y adultos jóvenes en Europa y en Norteamérica (Atkinson et al., 2014; Primack et al., 2015). La principal diferencia con respecto a los antecedentes de la investigación, fue la aceptación que los adolescentes han desarrollado por el consumo de marihuana gracias a la extensa cantidad de información con tono positivo hacia el consumo de esta droga publicada en redes sociales. Se ha popularizado la percepción de su inocuidad como sustancia menos problemática, que facilita la socialización y el disfrute sensorial de los espacios de diversión. Al mismo tiempo, se ha construido un discurso de justificación y sustento sobre la pertinencia de su consumo, que va a contracorriente con la información científica que señala los riesgos de abuso y dependencia a la marihuana.

Ante la falta de veracidad de la información publicada en la red acerca de las drogas en redes sociales, la recomendación generada desde esta investigación es la siguiente: los esfuerzos en prevención del consumo de drogas dirigidos a los adolescentes, deben de tomar en cuenta las características del contenido que se maneja en las redes sociales e implementar estrategias para educar a los adolescentes en técnicas para comprobar la validez de las fuentes de la información que consultan, para evitar que los adolescentes adopten una percepción hacia el consumo de drogas basada en información errónea. Así mismo se debe considerar que la información que reciben los jóvenes acerca del consumo de drogas es mayormente positiva, aunque carece de sustento científico, por lo tanto, la información preventiva debe encaminarse a desmitificar la información que se publica en las redes utilizando fuentes científicas, y de ser posible, adaptar esta información a un formato llamativo, breve y fácil de comprender, además se recomienda evitar tomar posturas prohibicionistas o dogmáticas para abordar las drogas y a los consumidores, pues son recibidas con un marcado rechazo por los adolescentes.

Futuras investigaciones en esta área, deben estar enfocadas en subsanar las limitaciones del presente estudio utilizándolo como base para la creación de un instrumento cuantitativo, con el que sea posible conocer la extensión de la exposición a contenido mediático alusivo al consumo de drogas entre los adolescentes mexicanos, además es necesario poner a prueba hipótesis generadas a partir de los datos de esta investigación, por ejemplo, indagar si los jóvenes que utilizan extensivamente las redes sociales demuestran mayor aceptación por los mensajes que promueven el consumo de alcohol o marihuana

Referencias

Atkinson, A. M., Kimberley, M. R., Begley, E., & Summall, H. (2014). Constructing alcohol identities The role of Social Network Sites (SNS) in young peoples' drinking cultures. Liverpool.

Bowen, G. (2008). Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 12–23. Retrieved from <https://ejournals.library.ualberta.ca/index.php/IJQM/article/viewArticle/4367>

Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory* (4th Editio.). Oakland, California: Sage Publications.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: the reasoned action approach* (Primera ed.), New York, New York, USA: Psychology Press

Galván, J. Serna G. y Hernández A. (2008). Aproximación de las redes sociales: una vía alterna para el estudio de la conducta de uso de drogas y su tratamiento. *Salud Mental*, Vol.31 no.5, 392-393. México sep/oct. Consultado el 25 mayo 2016, en: <http://www.redalyc.org/pdf/582/58231506.pdf>

Glaser, B. G. (2008). Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 1, 23–38. doi:10.1103/Physics.3.106

Jordán Jinez, M. L., Molina de Souza, J. R., & Pillon, S. C. (2009). Drug use and risk factors among secondary students. *Revista Latino-Americana Enfermagem*, 17(2), 246–252. Retrieved from http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-11692009000200017&script=sci_arttext

Pintado. (2006). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 21, 11-22. Retrieved from <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3712>

Prieto Cruz, C.A. (2009). Información y consumo de drogas. La TV como factor de riesgo en niños escolares. *Comunicar*, 16(33), 125-132. doi:10.3916/c33-2009-03-003

Primack, B. Kraemer, K., Fine, M. & Dalton, M. (2009). Media exposure and marijuana and alcohol use among adolescents. *Substance Use & Misuse*, 44(5), 722-39. doi: 10.1080/10826080802490097

Primack, B., Colditz, J., Pang, K., & Jackson, K. (2015). Portrayal of Alcohol Intoxication on YouTube. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 39(3), 496-503. doi:10.1111/acer.12640

Ramírez-ortiz, G.Cs,D.,y Caballero-hoyos,R.(2012).The effects of social net Works on tobacco use among y high-school adolescents in Mexico. *Salud Pública de México*, 54(4),433-442

Ruggiero, T.E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication an Society*, 3(1)3-37. doi:10.1207/S 15327825 MCS0301_02

Velázquez, J.A. V., Flores, F.G., López, M.M., Lourdes, M. De López, G. Robles, N.O., Ordoñez, C.B. (2011). Tendencias del uso de drogas en la ciudad de México. Encuesta de estudiantes del 2009. *Salud Mental*, 34(2), 81-94