



# **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.**

---

**PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN PSICOLOGÍA  
PSICOLOGÍA Y SALUD**

**CULTURA DE CONSUMO DE SUSTANCIAS EN UN ENTORNO  
UNIVERSITARIO: UN CAMPO DE SIGNIFICADOS Y EL CONTEXTO DE SUS  
MANIFESTACIONES.**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
**DOCTOR EN PSICOLOGÍA**

**P R E S E N T A**

**ANTONIO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ.**

**JURADO DE EXAMEN DE GRADO**

DIRECTORA: DRA. LUCY MARIA REIDL MARTÍNEZ

COMITE: DRA. MARIA ELENA MEDINA-MORA.

DRA. SHOSHANA BERENZON GORN.

DR. SAMUEL JURADO CÁRDENAS.

DR. ROBERTO OROPEZA TENA.

DR. RAFAEL RESÉNDIZ RODRÍGUEZ.

DR. JUAN JOSÉ SÁNCHEZ SOSA

MEXICO, D.F.

2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## INDICE

<b>Resumen</b>	<b>4</b>
<b>Introducción</b>	<b>6</b>
<b>Capítulo I</b>	
<b>Panorama actual del consumo en jóvenes</b>	<b>10</b>
<b>Sobre las expectativas y la disponibilidad</b>	<b>16</b>
<b>Aproximaciones etnográficas en contextos de consumo</b>	<b>19</b>
<b>Algunos aspectos epidemiológicos a nivel nacional</b>	<b>22</b>
<b>Estudios en población estudiantil</b>	<b>25</b>
<b>Disponibilidad de sustancias en el entorno social del adolescente y riesgo percibido</b>	<b>26</b>
<b>El contexto en la Institución</b>	<b>27</b>
<b>Qué se está haciendo en el país para atender el problema de consumo de sustancias en los jóvenes</b>	<b>30</b>
<b>Qué se está haciendo en la universidad, directamente con los estudiantes, para combatir el consumo de alcohol</b>	<b>34</b>
<b>CAPITULO II</b>	
<b>Juventud, contexto y consumo</b>	<b>40</b>
<b>Juventud</b>	<b>45</b>
<b>Los contextos juveniles</b>	<b>50</b>
<b>La contextualización del entorno universitario</b>	<b>58</b>
<b>CAPITULO III</b>	
<b>Cultura y consumo</b>	<b>66</b>
<b>El concepto antropológico de cultura.</b>	<b>69</b>
<b>El concepto sociológico</b>	<b>70</b>
<b>El concepto psicológico</b>	
<b>El concepto actual de cultura</b>	<b>71</b>

<b>El concepto de cultura desde la perspectiva de Thompson</b>	<b>74</b>
<b>Repensando la cultura: Una concepción estructural</b>	<b>78</b>
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>Estrategias e intervenciones desarrolladas para atender la problemática del consumo de alcohol</b>	<b>85</b>
<b>CAPITULO V</b>	<b>103</b>
<b>Método</b>	<b>106</b>
<b>Fase I</b>	<b>112</b>
<b>Resultados Fase I</b>	
<b>Caracterización de tres escenarios</b>	<b>129</b>
<b>Fase II</b>	
<b>Análisis de algunos elementos de la cultura de consumo de los estudiantes</b>	<b>150</b>
<b>Resultados Fase II</b>	<b>158</b>
<b>Reflexiones finales</b>	<b>178</b>
<b>Implicaciones y sugerencias</b>	<b>200</b>
<b>Referencias</b>	<b>205</b>
<b>Anexos</b>	<b>220</b>

## RESUMEN

El propósito de este estudio, fue conocer y analizar el contexto y algunos elementos de la cultura de consumo de alcohol y otras drogas en una Institución Educativa de Nivel Superior de México. Fueron identificadas las diferentes áreas que rodean a dicha Institución, donde algunos de los estudiantes compran y/o consumen alcohol y otras drogas, usando una metodología mixta y obteniendo información cualitativa y cuantitativa relacionada con este fenómeno.

El estudio se desarrolló en dos Fases, la primera de ellas consistió en detectar y caracterizar (por medio de observación no participante y registro de diversa información en notas de observación) los distintos lugares donde los estudiantes pueden comprar y/o consumir alcohol y drogas ilegales, localizados dentro de un kilómetro y medio alrededor de la escuela y en su interior (167 fueron detectados dentro). Se integró una base de datos que contiene la información obtenida durante esta fase, categorizada y definida por diversas variables para posteriormente incorporarla a un sistema de Mapeo Georeferencial.

En la segunda Fase se obtuvo información de algunos elementos de la cultura de consumo por medio de entrevistas focalizadas en siete escenarios de consumo para determinar diversos aspectos de este fenómeno.

Como resultado de ambas fases se determinaron tres tipos de escenarios (formal, informal y mixto) analizados a partir de siete categorías propuestas por Heath (2000), los observadores y entrevistadores fueron entrenados cuidadosamente para asegurar un adecuado uso de los instrumentos de recolección de datos, así como el cuidado de los aspectos éticos de la investigación.

Los resultados indicaron que de 167 escenarios detectados dentro y alrededor de la Institución, 90% de ellos se encontraron en un perímetro no mayor

a 500 metros, donde es relativamente fácil conseguir sustancias ya que dichos escenarios se encuentran abiertos prácticamente todo el día y todos los días de la semana. Respecto a los escenarios internos (27) se conoció que estos favorecen el consumo de alcohol y particularmente marihuana. Todos estos espacios presentaron actividad principalmente de miércoles a viernes por la tarde, aunque algunos manifestaron actividad incluso por las mañanas.

Es así que para lograr estos objetivos se elaboró una guía de observación y una de entrevista, se realizó trabajo de campo en siete escenarios de consumo durante cuatro meses, contando con un equipo de observadores previamente capacitados en el manejo adecuado de los instrumentos de recolección de datos, aspectos éticos y de seguridad necesarios; y se realizaron entrevistas focalizadas con estudiantes consumidores de alcohol que asistían a dichos escenarios.

Este estudio rescata información acerca de lo que está ocurriendo con algunos de los estudiantes en dichos escenarios, de cómo están significando la experiencia de consumo y cómo se caracterizan los espacios donde ocurre esto. Esto permite identificar y aportar elementos que contribuyen al replanteamiento de estrategias de prevención y propuestas de modificaciones ambientales y Políticas Públicas hacia el interior de la Institución principalmente, que favorezcan el desarrollo de conductas y condiciones más saludables para los estudiantes, bajo la premisa de que la escuela es un lugar seguro y saludable.

## **ABSTRACT**

The purpose of the present study was to know and analyze the context and some cultural elements related to alcohol and drug consumption within an educational institution. The different areas that surround the institution where students buy and consume alcohol and drugs and some cultural elements associated with this consumption were identified, using a mixed model methodology, obtaining qualitative as well as quantitative data related to this phenomenon.

Research took place in two phases: the first consisted of detecting and characterizing (by means of non participant observation and registration of diverse information in observation notes) the different places where students could buy and/or consume alcohol/illegal drugs, located within one and half mile from the institution and in its interior (167 were detected). A data base was integrated, containing all information collected during this phase, categorized into previously defined variables that were incorporated into a georeferential mapping system.

During the second phase, information about different cultural elements associated to consumption of alcohol/illegal drugs were collected by means of focalized interviews in seven particular scenarios, in order to determine diverse aspects of these surroundings. As a result of both phases of the study, three different spaces were selected (formal, informal and mixed) to analyze seven categories derived from Heath's (año) theoretical point of view. Observers and interviewers were thoroughly trained in order to assure the adequate use and manipulation of diverse recording and coding instruments, as well as ethical and security aspects.

Results indicate that from the 166 scenarios located in and around the university campus, 90% of them are within 546.81 yards away from the educational institution, it is relatively easy to get there, they are open practically everyday and

all the days of the week. The 27 scenarios found within the institution, favor the possibility of attending them to drink, and/or buy and consume illegal drugs, especially marihuana. All these spaces have more activity from Wednesday to Friday afternoon, but some were also active since the morning.

The information obtained about what is going on in these places, the meaning of alcohol and drug consumption for them, allows us to identify and propose diverse prevention strategies and environmental modifications as well as modifications in public policy related to the institution, keeping in mind to favor the development of healthier behavior and conditions for the students derived from the premise that school is a secure and healthy place.



## **Introducción**

El consumo de sustancias surge como una vieja práctica de la humanidad, ya sea para fines médicos, religiosos o recreativos; desde tiempos pasados ha existido una parte de la población que consume sustancias. Por diversas razones, el consumo de sustancias ha sido tanto tolerado y fomentado, como reprobado socialmente.

En la actualidad, el fenómeno de las adicciones es un problema social y de salud pública que de manera alarmante se ha agudizado en los últimos años en nuestro país. Las consecuencias sobre la salud individual, la integración familiar y la estabilidad social son cada vez mas graves, por lo que los distintos actores sociales (grupos, instituciones, profesionales de la salud, etc.) deben plantearse el desarrollo de nuevas alternativas efectivas que permitan incidir sobre este fenómeno de manera oportuna y eficaz.

Se puede observar que estudios en población adolescente en nuestro país, muestran un incremento en el consumo de drogas, especialmente en alcohol, en marihuana y en metanfetaminas; aunque el índice general de consumo se mantiene estable, ha habido cambios en la distribución de los índices de consumo de los hombres y las mujeres, de manera que actualmente, las prevalencias de consumo de alcohol y tabaco de las mujeres se presentan con valores similares a las de los hombres (Villatoro, Medina-Mora, Hernández, Fleiz, Amador y Bermúdez, 2005).

Así mismo, se ha visto que diversas consecuencias y problemáticas asociadas a estas conductas, específicamente en población estudiantil, incluyen violencia o victimización sufrida en estudiantes por aquellos otros que se encuentran bajo los efectos del alcohol, conductas sexuales de riesgo, bajo rendimiento académico, ausentismo de clases, altos índices de reprobación, riesgo de sufrir accidentes automovilísticos en caso de conducir después de haber

bebido o ingerido alguna otra droga (Engs, Diebold, Hansen, 1996; Hingson, Heeren, Winter y Wechsler, 2005; Presley, Meilman, Cashin, 1996; Wechsler, Lee, Kuo, Seibring, Nelson y Lee, 2002).

Otros autores coinciden en señalar la relación del consumo entre los adolescentes con numerosos factores sociales y económicos como delincuencia juvenil y problemas de salud mental, entre otros (Bucholz, 1990; Hawkins, Catalano y Miller, 1992; Hirschi y Gottfredson, 1994). Así mismo, se ha ligado con problemas relacionados a la educación como baja motivación, pobre actuación académica o abandono escolar (Dryfoos, 1990).

Otros más, se han centrado en investigar los ajustes en la escuela como un contexto que puede estar relacionado con el consumo de alcohol o de drogas. Uno de los aspectos que merece ser estudiado, tiene que ver con el consumo que se observa dentro de las escuelas, ya que no es lo mismo que los estudiantes consuman alcohol fuera de la escuela, a que lo hagan dentro, pues en este último caso se puede experimentar una pobre concentración en el salón de clases, una mala actuación académica, deterioradas relaciones con los maestros y otros estudiantes y abandono escolar (Hingson, Heeren, Winter y Wechsler, 2005)

Particularmente en nuestro país, algunos de los aspectos mas críticos y preocupantes de este problema son: la disminución de la edad de inicio del consumo de drogas, su incremento en los grupos estudiantiles y su cada vez mayor penetración en estratos poblacionales como es el caso de las mujeres, los cuales de alguna manera se habían mantenido un tanto al margen o distantes de este problema (Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, 2002).

Uno de los elementos que permiten entender la forma en la cual se presenta el consumo particularmente en los jóvenes, es la cultura, donde se puede comprender que diversos factores se ven involucrados; siendo uno de estos, el papel que tiene inicialmente la familia, donde diversas actividades determinan las

normas respecto al consumo de alcohol, esto es, cuanto se consume, donde y quienes lo hacen (Sanchez-Sosa y Poldrugo, 2001).

De tal forma, este aprendizaje se inicia en este contexto, aunado a las diversas normas prevalecientes en la cultura donde se desarrollan los jóvenes, en algunas de las cuales, el consumo y el exceso es mas tolerado que en otros. Se ha observado que el consumo excesivo, es una oportunidad de escapar de las presiones cotidianas, partiendo del supuesto de que el alcohol reduce la tensión y favorece los estados de placer (Sanchez-Sosa y Poldrugo, 2001).

Esto resulta interesante al pensar que para poder comprender este fenómeno, se requiere analizar el contexto en el cual se manifiesta esta conducta, atender a la forma en la cual se asume el consumo y la relación que guarda con las diversas actividades de los estudiantes en particular.

De tal forma, es de interés, la problemática que se presenta respecto al consumo de alcohol y otras drogas en población juvenil, específicamente en los ambientes académicos, debido a que este problema ha venido cobrando una mayor relevancia en los últimos años y representa una de las más serias preocupaciones para las autoridades educativas, en virtud de las diversas consecuencias y problemáticas asociadas a las conductas antes referidas. Por ello se plantea el abordaje de este fenómeno desde una aproximación metodológica cuantitativa y cualitativa.

De acuerdo a la estructura y orden que sigue este trabajo, en el Capítulo I se muestra un panorama contextual del consumo de sustancias en jóvenes, se revisan algunas de las investigaciones que se han realizado en torno a este fenómeno y qué se está haciendo ante esta problemática a nivel internacional y nacional bajo las dos principales aproximaciones existentes, la metodología cuantitativa y la cualitativa.

El Capítulo II contiene una revisión acerca de la concepción del tema de juventud y su relación con los contextos universitarios, ya que para poder comprender una de las prácticas de los jóvenes, como es el caso del consumo de sustancias, es necesario atender a diversos elementos que forman parte de esta relación, siendo los principales: la juventud misma, los jóvenes, las culturas juveniles y los contextos en las que éstas se desarrollan, fundamentalmente los territorios escolares. Ello permite hacer una reflexión acerca de la importancia de abordar este tema desde esta perspectiva y poder comprender la forma en la que se está manifestando este fenómeno en los jóvenes universitarios.

En el Capítulo III se aborda el concepto de cultura desde diferentes perspectivas, esto con la finalidad de analizar algunos aspectos de este tema y exponer los argumentos que fundamentan el posterior análisis de los resultados a partir de la propuesta teórica de Thompson (1993) respecto al análisis estructural de la cultura.

El Capítulo IV incluye una revisión del concepto de Prevención respecto al consumo de alcohol fundamentalmente, para poder ubicar el papel que juega este concepto en el planteamiento de las Políticas Públicas de la Institución.

El método se incluye en el Capítulo IV. En este caso, se utilizó una aproximación etnográfica a través de la observación no participante y entrevistas focalizadas con estudiantes consumidores de alcohol. Se describe el procedimiento realizado para obtener los datos correspondientes, y la forma en que se procedió para el análisis y presentación de los resultados principales.

Finalmente, en el Capítulo V se presentan los principales resultados encontrados en cada una de las dos Fases que incluye el estudio; la primera de ellas, sobre el Mapeo de los escenarios; esto es, dónde se encuentran ubicados

los lugares de compra y consumo de sustancias legales e ilegales. Y la segunda Fase, referente al análisis de algunos elementos de la cultura de consumo.

En el Capítulo VI se muestran las principales reflexiones y conclusiones entre lo que propone la teoría y los resultados encontrados en esta investigación, acerca del consumo en jóvenes universitarios.

Ante los resultados, se concluye con propuestas que podrían ayudar a prevenir, intervenir y a disminuir este consumo de sustancias, considerando un trabajo interdisciplinario que incluya desde la estructura personal que integra la universidad, como son las autoridades, los directivos, los maestros, y los propios alumnos.

Finalmente, se presentan las reflexiones e implicaciones de este estudio así como algunas sugerencias en el abordaje de este fenómeno en contextos escolares universitarios, la bibliografía correspondiente, y los materiales utilizados.

## **CAPITULO I**

### **Panorama actual del consumo en jóvenes**

El presente capítulo muestra los principales hallazgos respecto a la situación actual del consumo en jóvenes, principalmente de alcohol, incluyendo datos sobre el consumo de otras drogas. Se describen también, algunos de los factores asociados a la conducta de consumo y las principales problemáticas detectadas en esta población; así como datos epidemiológicos sobre este fenómeno a nivel nacional e internacional. Por otra parte, se muestran algunos hallazgos desde la perspectiva cualitativa y la relación que guardan con nuestro tema para finalmente, describir cuales son las acciones que se están realizando en nuestro país para atender esta problemática.

De tal forma, se hace una revisión de aquellos factores relacionados que han demostrado tener mayor relevancia con base en las investigaciones realizadas en los últimos años en población joven, lo que permitirá reducir el amplio espectro de factores que pudiesen guardar alguna relación con el fenómeno, dirigiendo la atención hacia aquellas que han sido reportadas como relevantes en este tipo de poblaciones en particular.

Existen diversas fuentes que han documentado la magnitud y evolución de la problemática de consumo de sustancias a nivel internacional y nacional; estos estudios, han permitido conocer algunos datos respecto al consumo en diversas poblaciones. Para fines de este estudio, se muestran datos que ilustran la ocurrencia del fenómeno de consumo de alcohol principalmente en nuestra población de interés, de tal modo que se presentan investigaciones correspondientes tanto a población adolescente, que abarcan rangos de edad entre los 12 y los 17 años, también se muestran datos de población mayor a los 17 años, toda vez que el rango de edad considerado en este estudio, incluye jóvenes

de los 15 a los 25 años aproximadamente, con lo que se complementa un panorama sobre este fenómeno.

Como se podrá observar a lo largo del documento, los datos mostrados, se refieren principalmente al consumo de alcohol debido a que el objetivo de este estudio pretende conocer los aspectos relacionados con los contextos donde se da su uso y abuso, sin embargo, en algunos apartados se hace referencia a resultados acerca de la relación que esta conducta guarda con el consumo de otras drogas.

De acuerdo con las investigaciones de el National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA), las consecuencias del consumo excesivo entre estudiantes, son mas destructivas y mas costosas de lo que muchos padres se dan cuenta.

En un estudio realizado por el NIAAA de Estados Unidos, en los adolescentes que ingresaron a la Universidad entre 1998-2001, se observó, que si bien, este es un tiempo para vivir nuevas experiencias de vida, hacer nuevos amigos y construir recuerdos para el resto de sus vidas, desafortunadamente, también es un tiempo en el cual suelen iniciarse conductas de consumo excesivo de alcohol y drogas, así como la presencia de conductas relacionadas como el vandalismo, violencia, agresiones sexuales e inclusive la muerte (Hingson, Heeren, Winter y Wechsler, 2005).

Las estadísticas de Estados Unidos, revelan que el consumo de alcohol entre estudiantes de 18 a 24 años de edad, provoca la muerte de 1,700 estudiantes cada año por lesiones no intencionadas, incluyendo accidentes de automóvil; así mismo, 599,000 estudiantes de la misma edad sufren lesiones estando bajo la influencia del alcohol cada año (Hingson, Heeren, Winter y Wechsler, 2005).

Más de 696,000 estudiantes son agredidos por algún otro estudiante que estaba bajo los efectos del alcohol; de igual forma, 400,000 estudiantes reportan haber tenido relaciones sexuales sin protección y más de 100,000 reportaron haber estado intoxicados lo cual no les permitió recordar si ellos autorizaron tener dichas relaciones y 2.1 millones de estudiantes reportaron haber conducido bajo los efectos del alcohol durante el año anterior al estudio (Hingson, Heeren, Winter y Wechsler, 2005).

Estudios similares en población de secundaria y bachillerato, revelaron que cerca del 25% de la población estudiantil, reportaron consecuencias académicas por el consumo, entre éstas, faltar a clases, pobre rendimiento en los exámenes y sacar bajas notas al finalizar los estudios (Engs, Diebold, Hansen, 1996; Presley, Meilman, Cashin, 1996; Wechsler, Lee, Kuo, Seibring, Nelson y Lee, 2002).

Así mismo, se ha encontrado, que el inicio del semestre académico en los alumnos de nuevo ingreso, es factor influyente en el riesgo de consumo: la evidencia sugiere que las primeras seis semanas, son críticas para el surgimiento de conductas problemáticas, de tal forma, el incremento del consumo fuerte puede contribuir al desarrollo de serias dificultades posteriores en su desempeño académico (Wechsler, Lee, Kuo, Seibring y Nelson, 2002).

Lo anterior, lleva a pensar en la necesidad de poder determinar cuáles de estas consecuencias y factores relacionados cobran mayor relevancia en el estudio de este fenómeno, toda vez que resultan significativas para la aparición, desarrollo y mantenimiento de la conducta de consumo en jóvenes.

Diversos estudios han encontrado que la familia, los amigos y la escuela juegan un papel central en la aparición de la conducta de consumo de los adolescentes. De hecho, diversos autores señalan que la interrupción de los estudios, un ambiente familiar inestable y el tener amigos que incurren en actos antisociales o en el consumo de drogas, probabilizan que el adolescente también



se involucre en dichas conductas (Elliot, Huiziga y Ageton, 1985; López, 1994; Medina-Mora, López, Berenzon, Carreño y Juárez, 1995).

Otros aspectos categorizados como intrapersonales (Flay y Petraitis, 1991), son las destrezas con que cuenta el adolescente para enfrentar su problemática, el nivel de estrés y tensión que le genera, y su nivel de autoestima. Adicionalmente, el grado de depresión y los niveles de desesperanza e ideación suicida, son aspectos que se han visto relacionados con el consumo de drogas (Medina-Mora et al., 1995). En general, los investigadores de esta área, señalan que es la interacción de varios de estos factores lo que provoca que un individuo se involucre en las prácticas de consumo (Dembo, Williams, Wothoke y Schmeidler, 1994; Denton y Kampfe 1994; López, 1994).

En los trabajos de estos últimos autores, se observó que el impacto de las variables ambientales, fue mayor que el de las variables sociodemográficas. Así, el no percibir como riesgoso el consumo, el ser tolerante ante el consumo y el percibir mayor disponibilidad de la sustancia, predijeron el inicio del consumo.

Sin embargo, las variables que mejor predijeron, resultaron ser las que corresponden al ámbito interpersonal, especialmente tener amigos y familiares que consumen drogas. El involucrarse con amistades que consumen, el encontrarse inmerso en una familia con problemas de consumo, así como ver disponible a la sustancia en el ambiente cercano, son los principales factores que predicen el uso y el abuso del consumo.

Por otra parte, la influencia de amigos que suelen presentar conductas problemáticas guarda una estrecha relación con la aparición de dichas conductas en los jóvenes; es así que diversas investigaciones recientes que hablan acerca del desarrollo del adolescente mencionan que existen caminos que pueden llevar hacia el problema con el consumo, y aunque este razonamiento no es aún

universalmente aceptado, las siguientes generalizaciones acerca del consumo en la adolescencia son reconocidos por la mayoría:

- Generalmente, el uso de sustancias tiene una secuencia que viene después de haber consumido tabaco o alcohol; después de estas sustancias viene el consumo de marihuana y luego otras sustancias más peligrosas (Newcomb y Bentler, 1990; Rutter, 1996; Yamagachi y Kandel, 1984).
- Los inicios en el consumo y abuso de sustancias en la adolescencia temprana está asociado con:
  1. Problemas serios de delincuencia (Craddock, Collins y Timrots, 1994; Brook, Whiteman, Finch y Cohen, 1996; Harrison y Gfroerer, 1992; Loeber, Stouthamer-Loeber y White, 1999; Moffitt, 1993).
  2. Los problemas de trastorno antisocial (Duncan, Strycker y Duncan, 1999; Myers, Stewart y Brown, 1998; Pedersen y Hegna, 2003).
  3. Y numerosas conductas de riesgo (Duncan, Strycker y Duncan, 1999; Elliot y Morse, 1989; Pedersen y Hegna, 2003).
- El abuso de sustancias está asociado con una pobre actuación académica (McCluskey, Kronh, Lizotte y Rodriguez, 2002).
- El abuso y la dependencia de sustancias está asociado con delitos mayores y más severos (Elliot, Huizinga y Menard, 1989; Mason y Windle, 2002).
- El uso y abuso de sustancias está asociado con altas tasas de trastornos psiquiátricos (Abram, Teplin y McClelland, 2003; Brook, Cohen y Brook, 1998; Deykin y Buka, 1997; Elliot Huizinga y Menard, 1989; Shedler y Block, 1990).

Aunque muchos estudios han examinado los predictores del uso de sustancia, sobre todo en adolescentes, pocos se han centrado en los factores específicos que se pueden estar presentando en la escuela. Al respecto, Voelkl y Frone (2000) examinaron una muestra de estudiantes de secundaria en Estados

Unidos, para conocer estos predictores; dichos autores sostenían que el consumo de sustancias dependen de:

a) las predisposiciones personales, b) oportunidades que se pueden dar en una determinada situación para comenzar hacer uso de las sustancias en la escuela, y c) la interacción de las predisposiciones y las oportunidades. Este estudio reveló que las predisposiciones personales están relacionadas más fuertemente al consumo de sustancias en la escuela, cuando los estudiantes creen que tienen la oportunidad de consumir alcohol o drogas sin ser descubiertos.

De acuerdo con lo descrito anteriormente acerca de los factores asociados al consumo y la relación que guardan con los aspectos académicos podemos encontrar que algunos autores (Engs, Diebold, Hansen, 1996; Presley, Meilman, Cashin, 1996; Wechsler, Lee, Kuo, Seibring, Nelson y Lee, 2002) se han centrado en investigar los ajustes en la escuela como un contexto que puede estar relacionado con el consumo de alcohol o de drogas. De hecho son pocas las investigaciones que hablan acerca de los predictores y la prevalencia del consumo de alcohol en estudiantes, y que se da dentro de la escuela, por ejemplo en los descansos entre las clases. Por lo que realizar este tipo de investigaciones, que contemplen el análisis de los contextos escolares, las dinámicas de consumo, la interrelación entre consumidores, las sustancias y cantidades consumidas, y los motivos de consumo entre otros factores permitirán aportar resultados importantes para el desarrollo de nuevas estrategias de prevención y abordaje de esta problemática al interior de las instituciones, pues no es lo mismo que los estudiantes consuman alcohol fuera de la escuela, a que lo hagan dentro. Si bien en ambos se generan grandes riesgos, en este último caso, se puede generar una pobre concentración en el salón de clases, deterioradas relaciones con los maestros y otros estudiantes, así como abandono escolar.

La edad también está relacionada con varios tipos de desviación. Particularmente, la prevalencia del consumo de sustancias aumenta con la edad durante la adolescencia; otro factor de riesgo demográfico importante, es el estatus socioeconómico familiar así como la educación parental (Hirschi y Gottfredson, 1994).

Acerca de las actitudes académicas, algunas investigaciones han mencionado constantemente que el estar apegado a instituciones tales como la escuela está inversamente relacionadas a la delincuencia, el fallo escolar, pero sobre todo al consumo de sustancias (Bahr, Marcos y Maughan, 1995; Elliot y Voss, 1974; Hawkins, Catalano, y Miller, 1992; Paulson, Coombs y Richardson, 1990).

La mayoría de las conductas desviadas se generan por no seguir las normas convencionales o por un desequilibrio entre el sujeto y al sociedad. Es por eso que los estudiantes que tienen creencias convencionales acerca del valor de la escuela y de otros temas, tienen menos probabilidad de involucrarse en conductas antisociales o con el consumo de sustancias (Krohn y Massey, 1980).

### **Sobre las expectativas y la disponibilidad**

Datos acerca de las expectativas del alcohol y la marihuana, muestran que las expectativas o creencias de los sujetos acerca de los resultados del consumo de alcohol, son predictores fuertes para conocer los niveles del consumo de alcohol (Goldman, Brown y Christiasen, 1987; Reese, Chassin y Molina, 1994; Sher, 1991).

Las expectativas específicas hacia el alcohol pueden desarrollarse incluso cuando el adolescente no ha tenido un contacto directo con el alcohol (Cox, 1987). De hecho para muchos adolescentes, el alcohol es visto como un agente

poderoso que transforma y eleva la conducta social y cognitiva así como la conducta sexual, reduciendo a su vez la tensión (Goldman, Brown y Christiansen, 1987).

Un efecto importante de consumir alcohol es que ayuda a regular el afecto y reduce el mal humor (Cox, 1987; Goldman, Brown y Christiansen, 1987), por lo que no es de sorprender, que muchos estudios han examinado que existe una relación positiva entre las expectativas de la reducción de tensión y los niveles del consumo de alcohol (Cooper, Frone, Rusell y Mudar, 1995; Sher, 1991).

Un segundo efecto que surge del consumir alcohol, que no ha sido tan estudiado es la creencia de que ayuda a mejorar la función cognitiva y motora (Christiansen, Goldman y Inn, 1982; Goldman, Brown y Christiansen, 1987); por lo que aquellos sujetos que puedan creer que el alcohol les ayudaría a mejorar su habilidad para pensar, tienen mayores probabilidades de consumir alcohol.

Por otro lado, aquellos jóvenes que tienen bajas expectativas educacionales, o les disgusta la escuela tienen una mayor probabilidad de involucrarse en el consumo de sustancias (Bucholz, 1990; Dryfoos, 1990; Hawkins, Catalano y Miller, 1992). Investigaciones recientes han mostrado que la identificación que tienen los adolescentes con la escuela está negativamente relacionada con la conducta rebelde, tal como la delincuencia o el abandono escolar (Voelkl, 1997). De hecho en un estudio, Jessor y Jessor (1975), encontraron que los estudiantes que tienen una mejor actuación en la escuela tienen mayores probabilidades de abstenerse frente al alcohol, que aquellos que devalúan la escuela.

A pesar de que no existe mucha documentación acerca de las expectativas del alcohol, podemos concluir que algunas de éstas, son que disminuye el efecto del humor negativo, y que mejora las funciones cognitivas y motoras, lo cual si es así, estarían positivamente relacionadas al consumo de alcohol en la escuela.

Desafortunadamente, el uso de las sustancias es una conducta que no representa esfuerzos significativos. Por ejemplo, el consumo de sustancias en la escuela puede estar relacionado con predisposiciones personales, sin embargo, la decisión de consumir drogas o alcohol en un contexto específico, puede estar determinado por las oportunidades que propicia dicho contexto (Cox y Klinger, 1988).

En otras palabras, los estudiantes que pueden creer que es fácil consumir alcohol y marihuana en la escuela sin ser detectados, tienen mayores probabilidades de consumirlas, con respecto a aquellos que creen tener pocas oportunidades para realizar estas conductas (Jones-Webb, Toomey, Short, Murray, Wagenaar y Wolfson, 1997). De acuerdo con esto, la hipótesis para el presente estudio fue que el percibir muy fácil el uso de alcohol o marihuana dentro de la escuela está relacionado positivamente al consumo dentro del ámbito educativo.

De esta manera, la facilidad de consumir dentro de la escuela, puede moderar la relación entre predisposiciones personales y el consumo de sustancias en la escuela; es decir que aquellos sujetos que están predispuestos al consumo de alcohol y marihuana en la escuela, pueden tener una probabilidad media de actuar dependiendo de si la situación les da la oportunidad o no.

Por otra parte, diversos estudios han encontrado que la disponibilidad de drogas y el uso de ellas entre los pares han sido factores que se han identificado como influencias ambientales en el consumo de drogas en muestras latinas así como en muestras estadounidenses.

La influencia de pares es un factor de riesgo para el consumo de drogas en latinos (Velez y Ungemack, 1995; Warheit, Biafora, Zimmerman, Gil, Vega y Apospori, 1995). Sin embargo, la presión de los pares fue una influencia menor

para el consumo de droga en latinos comparado con la influencia que ejerce en muestras de los Estados Unidos (Gilbert y Cervantes, 1986) y cuando se compara con las influencias parentales (Coombs, Paulson y Richardson, 1991).

La tolerancia social percibida es una variable cuasi-ambiental para el consumo de drogas, pues puede influenciar el consumo. La tolerancia social, puede reflejarse en cómo se distribuyen el alcohol y el tabaco o en cómo las comunidades venden o hacen uso de la droga.

Por otra parte, Simon, Stacy, Sussman y Dent (1994) encontraron que entre los latinos los altos niveles de búsqueda de sensaciones estuvieron significativamente relacionados con el uso de sustancias, así como con el número de drogas usadas.

Otro aspecto estudiado, ha sido la percepción de riesgo por el uso de sustancias, y se ha asociado constantemente con el consumo de drogas. Por ejemplo el riesgo percibido, tuvo un fuerte impacto en la disminución del consumo de drogas (Newcomb, Fahy y Skager, 1990). En otro estudio, la percepción de riesgo en el consumo de drogas se relacionó inversamente con el consumo de drogas entre estudiantes de los Estados Unidos (Johnston, O'Mallet y Bachean, 1992).

En este sentido, se han presentado investigaciones que analizan la prevalencia de conductas de consumo, y su relación con diversos factores importantes en términos de resultados numéricos o cuantitativos. Sin embargo, a continuación se puntualizan otras investigaciones de corte cualitativo, donde se analizan diversas situaciones como es el análisis de los contextos de consumo, que complementariamente ilustran el marco teórico y el método que sustentan esta tesis.

## **Aproximaciones etnográficas en contextos de consumo**

Al respecto, existen diversos estudios que pretenden conocer y analizar algunos de los elementos relacionados y presentes en el fenómeno de consumo de alcohol y drogas en los escenarios mismos donde se manifiesta esta conducta. Esto es, estudiar el fenómeno desde otra perspectiva incluye adentrarse en esta problemática a partir del análisis de los diversos contextos de consumo, así como partir de las voces de los propios actores involucrados. Algunos de estos acercamientos se basan en observaciones durante las ocasiones de consumo, entrevistas de diversos tipos y aplicación de algunos cuestionarios que complementan la información recabada.

A continuación, se muestran algunos de los resultados obtenidos bajo esta aproximación y algunos de los hallazgos reportados con la finalidad de tener un panorama más amplio de este fenómeno.

Storm y Cutler (1981) realizaron un estudio para conocer el consumo de alcohol en ocho escenarios en Vancouver: cuatro de ellos fueron bares urbanos y cuatro lugares de cocktail. El objetivo de este estudio fue el de conocer los patrones de consumo de los asistentes a estos lugares, características sociodemográficas de los mismos y algunas otras variables presentes durante el consumo, los fines de semana.

Dentro de los datos que fueron recolectados por los observadores se encuentra, la hora de llegada y de salida de los consumidores, el tiempo en que consumían cada trago, intervalos de tiempo entre tragos, tipo de bebida, sexo, edad estimada, peso estimado, número de personas que integraban cada grupo de consumo y el total de bebedores en ese lugar.

Las observaciones se realizaban por parejas de observadores de la siguiente forma: arribaban tiempo antes de que comenzaran a ingresar los consumidores y permanecían hasta que el establecimiento cerraba. Realizaban pequeñas anotaciones en hojas de papel de forma discreta para no despertar



sospechas de los consumidores o de los trabajadores de estos lugares. Este estudio permitió conocer los aspectos mencionados de los episodios de consumo en los lugares donde se consume a través de la observación no participante.

En otro reporte, Clark (1977) resume estudios realizados en bares y tabernas y su función dentro de la sociedad. Los datos son de una investigación llevada a cabo en San Francisco en 1962, y la Encuesta Nacional de 1969, donde se estudiaron características sociodemográficas como edad, sexo, estado civil y su relación con patrones de frecuencia en las tabernas. Algunos de los hallazgos mostraron que los sujetos que consumen fuertemente suelen frecuentar las tabernas más que otros grupos de personas.

Fisher (1978) también examinó algunos factores que contribuyen al uso frecuente de las tabernas: reporta datos sobre edad, sexo, estado civil y raza. Algunas de las observaciones refieren que los blancos utilizaban más las tabernas que los no blancos.

Por su parte, Simpura (1983) reporta diversos estudios realizados para conocer una tipología de los contextos de consumo; según esto, existen diversas características que pueden llevar a pensar en los contextos de consumo en función de algunos aspectos tales como las actividades que son cotidianas en la vida y que guardan una relación estrecha con la vida social que pueden o no estar relacionadas con el consumo de alcohol principalmente; se estudió el consumo y su relación con estas actividades de la vida diaria (Ross, 1981).

Así mismo Leach (1976) y Lolli (1963), han estudiado los rituales de consumo a manera de ritos de transición; el papel que estos rituales juegan en las ocasiones de consumo y la significación que le dan los integrantes de un grupo. Todo esto involucra diversos elementos característicos del grupo que establece dichos rituales.

Leach (1976), considera el uso de sustancias como parte de un rito de transición de la niñez a la juventud. Es decir, la forma en que el sujeto significa su paso de una etapa a otra en función del uso y abuso de alguna sustancia. Aunado a esto, Bock (1974) habla de los rituales como el uso simbólico de un objeto en movimiento y gestos en una situación social para expresar y articular un significado.

Por otra parte, respecto al consumo de sustancias, se han estudiado los contextos privados, la intimidad y las esferas sociales donde se presenta; la relación entre los significados familiares y sociales, las experiencias pasadas y las tradiciones; todo esto en relación con posteriores actividades y las preferencias de los sujetos a involucrarse en determinados contextos (Holter, Gjertsen, Ve Henriksen, y Hjort, 1978).

Específicamente en contextos académicos, Kraft (1983) describe las consecuencias negativas del consumo en escenarios educativos y su relación con las actividades de los campus de las Universidades de Estados Unidos: estudió los patrones de consumo y la frecuencia con la que asistían los estudiantes a las tabernas y “antros” cercanos a las instituciones.

Así mismo, resalta el papel que juegan las diversas actividades que inicialmente tienen una finalidad cultural, deportiva o de identificación académica. Tal es el caso de las Fraternidades, y de cómo estas oportunidades las toma el estudiante para presentar consumo de sustancias y una serie de problemáticas asociadas aún dentro de las instalaciones educativas.

Finalmente, existen algunos estudios que buscan conocer el impacto que tiene en el consumo y conductas relacionadas, la serie de estrategias establecidas en algunos bares y lugares de consumo, Candill y Marlatt (1975) y Skog (1980) indicaron que un alto porcentaje de los sujetos que beben mucho acuden a

lugares donde se promociona la “hora feliz” y a otros lugares en los que se les hace este tipo de descuentos.

Las investigaciones anteriores destacan el análisis con poblaciones civiles y las últimas realizadas con poblaciones escolares. Estas investigaciones sustentan la importancia del uso de técnicas cualitativas, como la observación no participante, y las entrevistas, mismas que son utilizadas para los fines de esta investigación. De manera importante, estos estudios relacionan el consumo de sustancias con factores sociodemográficos (Clark, 1977; Storm y Cutler, 1981), con factores contextuales como son la cercanía de bares o antros a las Instituciones educativas, su relación con factores sociales, y educativos dentro de la escuela (Kraft, 1983), con el estudio de los rituales de consumo y su significado (Leach, 1976; Lolli, 1963), así como las estrategias de venta o promociones (Candill y Marlatt, 1975; Skog, 1980) que atraen a los consumidores, patrones que también se analizan en esta investigación

### **Algunos aspectos epidemiológicos a nivel nacional**

En la actualidad, el consumo de sustancias se presenta como un fenómeno sumamente complejo y de enorme connotación social, afectando principalmente a grupos más vulnerables como lo son los niños, las mujeres y los adolescentes.

Respecto a la problemática que se vive en nuestro país específicamente sobre el alcohol, cabe señalar que su consumo es una práctica que acompaña al hombre desde que se tiene memoria histórica. Los problemas que suscita el abuso son conocidos también desde hace mucho tiempo, al igual que las medidas que se han intentado para evitarlos.

Como es bien sabido, el consumo de bebidas alcohólicas es una práctica arraigada en la cultura mexicana y su origen se remonta al periodo prehispánico. El alcohol ha estado vinculado a la vida religiosa, económica, social y política de

los pueblos que habitaron nuestro país. Durante el período colonial las medidas adoptadas por las autoridades incluyeron: la prohibición de la venta de bebidas embriagantes a los indios y la sustitución de bebidas destiladas por fermentados de menor graduación (Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, 2002).

Al igual que en muchos países del mundo, en México el abuso de bebidas alcohólicas y la dependencia del alcohol representan un problema de principal magnitud, tanto por los costos que generan a la sociedad y al sistema de salud, como por los efectos en los individuos y las familias. Se ha estimado que en México el abuso de alcohol, por sí solo, representa el 9% del peso total de la enfermedad y que los padecimientos asociados como la cirrosis hepática, la dependencia alcohólica, las lesiones producidas por vehículos de motor, los homicidios y los suicidios, representan causas importantes en cuanto a nivel de pérdida de años de vida saludable. Por lo que se refiere al individuo, el alcoholismo implica aislamiento social, pérdida de oportunidades laborales, dependencia económica y sufrimiento moral, con las consecuentes repercusiones en los ámbitos familiar y comunitario (Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, 2002).

En nuestro país, el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas es un grave problema de salud pública, relacionado con cinco de las 10 principales causas de defunción: las enfermedades del corazón, los accidentes, la patología cerebro vascular, la cirrosis hepática y los homicidios y lesiones en riñas.

Por otra parte, indicadores epidemiológicos muestran que el consumo de alcohol entre la población ha aumentado en los últimos 10 años, al igual que los problemas asociados a esta práctica. Los efectos dañinos del abuso en el consumo de bebidas alcohólicas en los planos individual, familiar y social son evidentes. Los problemas en la economía familiar se suman a los ocasionados por

la violencia, por la disminución de la productividad y de la prosperidad individual y social, así como por el sufrimiento moral del propio bebedor y de terceras personas (Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, 2002).

De tal forma, a continuación, se muestran algunos datos epidemiológicos de nuestro país, correspondientes a la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) 2002; a la Encuesta de Estudiantes del Distrito Federal, 2003 y algunos datos más sobre otros estudios realizados con esta población.

La ENA 2002, muestra, que en la población urbana existen 13'581,107 hombres (72.2% de la población urbana masculina) y 10'314,325 (42.7%) mujeres que reportaron haber consumido alcohol en los doce meses previos al estudio; en la población rural hay 543,197 bebedores más, 357,775 (18.9%) varones y 185,422 (9.9%) mujeres.

Por otra parte, el consumo de alcohol en población adolescente, es un problema significativo; según la ENA 2002, mas de tres millones (3'522,427) de adolescentes entre 12 y 17 años había consumido una copa completa de bebidas con alcohol en el año previo al estudio, representando al 25.7% de la población en este grupo, cifra alarmante (ENA, 2002).

Un dato relevante resulta ser que del total de esta población, 281,907 adolescentes (2.1% de la población rural y urbana) cumplieron con el criterio de dependencia del DSM-IV. Esto nos lleva a pensar en la evolución de este fenómeno de forma acelerada en la adolescencia.

Estos datos resultan importantes en el análisis de la situación y evolución de este fenómeno; es así que se pudo observar que se reporta un incremento en el índice de consumo de los adolescentes, pasando del 27% observado en la

Encuesta de 1998 a 35% en 2002 entre los varones, y de 18% a 25% entre las mujeres (ENA, 2002).

El incremento más notable se percibe en el número de menores que reportaron haber manifestado en el último año al menos tres de los síntomas de dependencia del DSM-IV, que alcanzó al 2% de los adolescentes en 2002.

### **Estudios en población estudiantil**

Ahora, con respecto a los estudios de población estudiantil, el Instituto Nacional de Psiquiatría (INP) y la Secretaría de Educación Pública han realizado mediciones epidemiológicas de tipo transversal con muestras representativas de esta población en los niveles de enseñanza media y media superior desde 1974. A la fecha se han realizado tres encuestas nacionales en población estudiantil, durante los años de 1976, 1986 y 1991; las dos primeras en población urbana y la última con cobertura estatal e incluye, además, población rural y la muestra abarca un total de 61,779 estudiantes. En el Distrito Federal se han efectuado encuestas bi o trianuales desde 1976 hasta 2000, las tres últimas cubren las 16 delegaciones. En 1981 los Centros de Integración Juvenil realizaron un estudio en las 15 ciudades que atendían; abarcaron población desde sexto de primaria hasta el nivel universitario. Se cuenta además con estudios locales (Medina-Mora, 1998).

Los datos de la Encuesta de Estudiantes en el Distrito Federal (2003), revelaron que se ha observado un incremento en el consumo de drogas, especialmente en alcohol, en marihuana y en metanfetaminas, aunque el índice general de consumo se mantiene estable; así mismo, ha habido cambios en la contribución a los índices de consumo de los hombres y las mujeres, de manera que las prevalencias de consumo de alcohol y tabaco de las mujeres se presentan con valores similares a las de los hombres; inclusive en algunas zonas el consumo de ellas es más elevado.

Por otra parte, el inicio temprano del consumo de tabaco o alcohol, principalmente antes de los 13 años, incrementa las posibilidades de consumir otras drogas como la marihuana, los inhalables o la cocaína. Esta situación es preocupante si además la literatura reporta que la edad de inicio en el consumo de estas sustancias es cada vez menor.

Las implicaciones de estos dos aspectos son varias; por un lado, aún cuando la venta a menores de estos productos está prohibida, aproximadamente el 20% de los adolescentes inician el consumo de alcohol o tabaco antes de esta edad. Por otro lado, es importante tomar el hallazgo como una oportunidad de prevención: el contexto indica que realizando acciones que posterguen o eviten el inicio del consumo de estas sustancias, disminuirán también el consumo de otras (Villatoro, Medina-Mora, Hernández, Fleiz, Amador y Bermúdez, 2005).

Para el Distrito Federal se encontró que el 65.8% de los adolescentes ha usado alcohol alguna vez en su vida y un 35.2% lo ha consumido en el último mes. Al analizar este consumo por género, se observó que tanto la población masculina (65.6%), como la femenina (66.1%), resultan igualmente afectadas.

En cuanto al nivel educativo, en secundaria el 24.4% de los adolescentes ha consumido alcohol en el último mes. Para las escuelas de educación media superior, este porcentaje se duplica, de manera que en las escuelas técnicas el 48.3% de los adolescentes han bebido alcohol en el último mes, y en los bachilleratos el 51.7%.

### **Disponibilidad de sustancias en el entorno social del adolescente y riesgo percibido.**

Los resultados derivados de la Encuesta de Estudiantes del Distrito Federal (Villatoro, Medina-Mora, Hernández, Fleiz, Amador y Bermúdez, 2005), indicaron que un 44.1% de los hombres y un 35.7% de las mujeres consideran que es fácil o muy fácil conseguir drogas. Además, un 19.7% menciona que su mejor amigo

consume drogas. Esto se presenta en forma muy similar tanto en los hombres (19.8%) como en las mujeres (19.6%).

Por otra parte, se observa que los adolescentes consideran en su mayoría, muy peligroso el consumo de sustancias como la mariguana (71.7%) o la cocaína (82.4%). Porcentaje que es muy similar entre los hombres (79.3%) y las mujeres (85.6%) (Villatoro, Medina-Mora, Hernández, Fleiz, Amador y Bermúdez, 2005).

Sin embargo, esta percepción de riesgo disminuye notablemente cuando la sustancia es el alcohol (sólo un 49.5% considera muy peligroso su consumo frecuente) o para fumar 5 ó más cigarrillos diariamente (47.5%). Para el alcohol y el tabaco, los porcentajes de los hombres y las mujeres son muy similares (Villatoro, Medina-Mora, Hernández, Fleiz, Amador y Bermúdez, 2005).

Es también importante hacer una distinción entre problemas sociales y de salud ya que en su manifestación intervienen variables diferentes; los problemas de salud se derivan de variaciones en la vulnerabilidad de los individuos y las dosis y tiempo de consumo de sustancias; en los problemas sociales intervienen las normas que el grupo bajo estudio tiene con respecto al consumo de sustancias. Así en un ambiente en que el consumo es tolerado o aún promovido, se presentarán menos problemas sociales que en otro en donde la norma apunte a la abstinencia (Medina-Mora, 1998).

Para ampliar más esta información de lo que ocurre en los contextos estudiantiles, y específicamente en la Institución que se estudia, a continuación se describe lo que ocurre en este contexto, que es la población del presente estudio.

### **El contexto en la Institución**

Los diversos estudios para conocer la realidad de esta problemática, revelan que la situación actual está en incremento y que su manifestación varía en los diferentes grupos de población, lo cual implica la necesidad de desarrollar



acciones encaminadas a conocer la realidad local de los diversos grupos para poder instrumentar las acciones necesarias en materia de salud.

Estas acciones deben incluir estrategias y lineamientos particulares que logren incidir de manera significativa en el diseño, implementación y evaluación de los diversos programas preventivos acordes con las necesidades de cada población y en función de los recursos existentes (Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, 2002)

Al considerar este fenómeno en la población estudiantil, debemos observar la situación que se vive en nuestro país y particularmente en nuestra comunidad universitaria, donde se presenta la problemática de consumo de alcohol y otras drogas al interior de los diferentes *campi* educativos. Este problema ha venido cobrando una mayor relevancia en los últimos años y representa una de las más serias preocupaciones para las autoridades universitarias debido a las diversas consecuencias y problemáticas asociadas a las conductas antes referidas.

Algunos de los datos oficiales, tienen como referente el Examen Médico Automatizado (EMA) que es el producto de haber retomado el esfuerzo de 27 años previos que iniciaron los servicios médicos precisamente tratando de tener un diagnóstico de salud de todos los estudiantes que ingresaban a la Institución. En aquel entonces se le denominó Examen Médico de Primer Ingreso; sin embargo, de los primeros conteos que se hicieron de esa información se vio que realmente no se podía llegar a un diagnóstico clínico y que en general, los datos que arrojaba el examen es que la mayor parte de los estudiantes que llegaban a la Institución eran clínicamente sanos.

Al respecto, González de Cossio (2006), argumenta lo siguiente: “Lo que más nos interesa, porque ése es el ámbito estricto de nuestra competencia, es lograr que ningún problema merme el desarrollo académico, mucho menos genere la deserción escolar de los chicos que ya por fin lograron un lugar en la educación

media superior y superior del país, que no rebasan el 20% de todos los del país y luego que se nos atoren por este tipo de cosas. Esa es la labor preventiva que estamos desarrollando como programa de salud escolar. Lamentablemente en las instituciones de educación media y superior se han perdido estos programas, ya no se les da importancia. Entonces, con las escuelas, con las universidades con las que está aplicando el EMA, lo que estamos tratando de propiciar es que tengan esa plataforma y que empiecen a generar la necesidad de contar con un servicio de atención a la salud integral de los estudiantes”

El objetivo general de este proyecto fue conocer el patrón de consumo de alcohol y los problemas relacionados en los estudiantes, para la aplicación posterior de estrategias de intervención, orientadas a modificar el patrón de consumo peligroso, dañino o con dependencia leve, hacia un consumo menos riesgoso.

Los últimos resultados del EMA del 2005, muestran la distribución del consumo de alcohol en el total de la población. En este estudio se reportó como no consumidor el 45% de los estudiantes, consumidor moderado el 40% y el 15% como consumidor excesivo.

Para el 2005, se reveló que de los 70,900 alumnos inscritos, el 74% fueron cuestionarios útiles y se detectó el 14.4% de consumo alto de alcohol y un 19.4% de consumo habitual de alcohol, en todos los alumnos de primer ingreso.

Al observar la distribución del consumo de alcohol, se observó que la cerveza ocupó el primer lugar con 61%, como se encuentra a nivel nacional, los destilados el 32%, los vinos de mesa con 4% en tercer lugar, los coolers con 2% y otros con el 1%.

Respecto al gasto mensual dedicado al consumo de bebidas alcohólicas reportado por estos estudiantes, el 84% reportaron que invierten de \$10 a \$100 pesos mensuales para consumir bebidas alcohólicas y el resto invierten de \$101 a

\$401 pesos o más, para consumir bebidas alcohólicas. Estas son cifras realmente altas para estudiantes universitarios (EMA, 2005).

Por otra parte, se cuenta con los datos arrojados por la Encuesta Estudiantil de Adicciones, consumo de tabaco, alcohol y Drogas en Estudiantes de una Facultad de Medicina 2002 (Quiroga, Mata, Reidl, Zepeda, Cabrera y Herrera, 2005).

Este estudio contó con una muestra de 1504 alumnos de licenciatura entre 18 y 23 años. Algunos de los datos reportados muestran que, respecto al consumo de **alcohol**, el 90.6% de la población encuestada lo había consumido **alguna vez en la vida**. Referente al **último mes**, el 29.3% de la muestra reportó haber consumido alcohol en ese periodo.

Ante esta problemática de consumo de sustancias en nuestro país es necesario referir literatura sobre las acciones e implementaciones para prevenir y en su caso erradicar estas conductas que ponen en riesgo el desarrollo integral de nuestros estudiantes o jóvenes.

### **Qué se está haciendo en el país para atender el problema de consumo de sustancias en los jóvenes.**

La prevención es la meta fundamental y más deseable para evitar cualquier tipo de enfermedades; en el caso de las adicciones es un reto más complejo, por la cantidad disponible y la variedad de sustancias adictivas existentes, sus efectos y el contexto social y legal.

Los objetivos de los servicios de prevención de la Farmacodependencia establecidos en México buscan fundamentalmente:

- a) Fomentar y favorecer cambios en los estilos de vida de la población.
- b) Generar actitudes tendientes al auto cuidado de la salud.

- c) Concientizar a la población a través de las campañas contra la farmacodependencia y las acciones emprendidas por el gobierno orientado a evitar el consumo.
- d) Generar una cultura de no-tolerancia o rechazo hacia el consumo de drogas (Programa de acción: Adicciones. Farmacodependencia, 2000).

En nuestro país, el interés por formular iniciativas de prevención para el consumo de alcohol, se da principalmente en la década de los 80's momento en que la Ley General de Salud de 1986, señaló la necesidad de contar con programas contra el abuso de alcohol. La prevención del consumo de drogas, se hace notoria en la década de los 70's cuando los problemas por el abuso de sustancias empiezan a manifestarse en diferentes países del mundo (Medina-Mora, 1998).

Las acciones están encabezadas por la Secretaría de Salud y están vinculadas estrechamente con las que realiza por su parte la Secretaría de Educación Pública, la Procuraduría General de la República y otras dependencias estatales y locales de los tres sectores de gobierno.

Dentro de las principales acciones llevadas a cabo por los distintos sectores de la sociedad, se puede mencionar al Consejo Nacional contra las Adicciones (CONADIC), que tiene por objeto «promover y apoyar las acciones de los sectores público, social y privado tendientes a la prevención y combate de los problemas de salud pública causados por el alcoholismo, tabaquismo y farmacodependencia, así como proponer y evaluar los programas relativos a esas materias».

El CONADIC ha desarrollado una serie de modelos, programas y acciones orientados a prevenir el abuso del consumo de bebidas alcohólicas. Entre éstos se encuentra el modelo preventivo “Construye tu vida sin adicciones”, que incluye manuales, guías y material de apoyo audiovisual para llevar a cabo intervenciones preventivas dirigidas a adultos, jóvenes, adolescentes y pre-adolescentes. Este

modelo tiene como objetivo promover estilos de vida saludables y desarrollar habilidades que fortalezcan los factores protectores del consumo de sustancias psicoactivas, incluyendo el alcohol (Castro, Llanes y Carreño, 2001).

Por su parte, Centros de Integración Juvenil, A.C., (CIJ) busca reducir la demanda de drogas ilícitas en las diferentes comunidades que conforman su red operativa. En apoyo al programa contra el alcoholismo y el abuso de bebidas alcohólicas, actualmente los Centros de Integración Juvenil realizan labores encaminadas a la detección oportuna y al tratamiento del alcoholismo y de los problemas relacionados con el consumo de alcohol, ampliando así sus criterios de operación (Castro, Llanes y Carreño, 2001).

Respecto a los esfuerzos en el Sector Educativo, la Secretaría de Educación Pública opera e instrumenta el Programa de Prevención y Control de las Adicciones (PEPCA) en diferentes planteles, y ha incorporado contenidos preventivos en el libro de texto de Ciencias Naturales del 5º grado de primaria, en el libro para el maestro de secundaria y en las publicaciones dirigidas a los padres de familia. Adicionalmente, a través del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), y con la colaboración del CONADIC, ha producido material dirigido a maestros de secundaria que incluyen el tema de la prevención del alcoholismo y del abuso de bebidas alcohólicas (Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, 2002).

En el Distrito Federal, la SEP aplica desde 1994 el Programa de Educación Preventiva Contra las Adicciones (PEPCA), para proteger a la población en riesgo y evitar que se generen conductas adictivas que deterioren la personalidad, limiten la autonomía, restrinjan la capacidad para tomar decisiones positivas y perjudiquen el desarrollo personal y colectivo.

Esta propuesta pedagógica está orientada a promover el desarrollo de los educandos a través de la Estrategia de Educación Preventiva Integral, sustentada

en la promoción y fomento de valores y derechos humanos; los cuales se espera generen el fortalecimiento de la personalidad, con la finalidad de ser capaz de rechazar por convicción la presión para involucrarse en un proceso adictivo en comportamientos de deterioro ambiental.

Las principales estrategias de operación consisten en:

- Capacitación a docentes y/o padres de familia para formarse como multiplicadores.
- Orientación a docentes y padres de familia durante el ciclo escolar.
- Distribución de material impreso y audiovisual con mensajes proactivos, en los planteles escolares.
- Seguimiento y evaluación de las acciones implementadas por los docentes en la escuela.

Por otra parte, el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ), organismo desconcentrado de la SEP, opera el Programa Nacional Juvenil de Prevención de las Adicciones (PREVEA), que promueve, mediante sus redes juveniles, diversas actividades dirigidas específicamente a los jóvenes para informar sobre las consecuencias del abuso de bebidas alcohólicas, además de fomentar campañas sobre la salud integral y el autocuidado que favorecen los factores protectores contra las adicciones.

Con respecto al trabajo desarrollado por diversas Organizaciones No Gubernamentales, el Instituto de Educación Preventiva y Atención a Riesgos, A.C. (INEPAR) a través del Modelo Chimalli, ha incluido sus programas de acción en materia de prevención de adicciones dentro del ámbito escolar de varios Estados.

Este modelo incluye como estrategia principal, el desarrollo de habilidades y factores de protección entre los habitantes de las comunidades y la elevación del nivel de la conciencia de la comunidad a través de la movilización y la

participación comunitaria, todo lo cual, transforma los ambientes de riesgo en comunidades protegidas.

Los componentes del modelo se clasifican en tres ejes básicos: 1) La investigación para el diagnóstico comunitario y la evaluación de resultados, proceso e impacto, 2) La intervención preventiva a través de dispositivos grupales; y 3) La participación comunitaria facilitada por la formación de redes vecinales y/o escolares (Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, 2002).

Asimismo, destaca la inclusión oficial como material de uso dentro del área de riesgos psicosociales en los programas de orientación Educativa del Bachillerato General a cargo de la Dirección General del Bachillerato de la SEP, a nivel nacional.

Hasta aquí se ha mostrado los esfuerzos que realizan los diferentes Organizaciones e Instituciones del país por desarrollar programas o formular iniciativas de prevención y tratamiento (Medina–Mora, 1998; Castro, Llanes y Carreño, 2001), y contribuir a la solución del problema del consumo del alcohol y otras drogas, por lo que resulta importante describir en específico que se está realizando dentro de la Institución objeto de este estudio.

### **Qué se está haciendo en la universidad, directamente con los estudiantes, para combatir el consumo de alcohol.**

Existen diversos esfuerzos por parte de las autoridades de esta Institución para atacar esta problemática a través de los diversos programas preventivos y de intervención coordinados por algunas de las facultades, principalmente, por parte de la Facultad de Medicina y de Psicología, las cuales cuentan con dichas alternativas. Aunque estos programas han demostrado eficacia y efectividad en la atención de conductas adictivas, al no haber sido diseñadas específicamente para

impactar en los índices de prevalencia e incidencia del consumo en la población estudiantil, no han logrado tener los alcances que se desean actualmente.

Aunado a esto, no se cuenta con una estructura que permita llevar a cabo una evaluación objetiva del impacto de estas intervenciones en la población estudiantil, siendo este aspecto, uno de los que caracterizan mayormente a los diversos esfuerzos realizados en nuestro país.

Es así, que al existir estos antecedentes, el diseño de estos programas permite orientar los esfuerzos actuales en materia de prevención y atención, aunados a las nuevas propuestas en desarrollo, una de las cuales es precisamente el desarrollo del presente estudio. Todo ello con la finalidad de poder impactar en los niveles de incidencia y prevalencia de este fenómeno en la comunidad, trayendo como consecuencia una mejoría en la salud integral de los estudiantes y mayores beneficios para la sociedad.

Una de las acciones desarrolladas fue ofrecer a los estudiantes opciones para una mejor formación integral, que los estudiantes no solamente acudan a las clases obligatorias, a los exámenes y a lo que está programado en el plan de estudios. Que además tengan otras actividades, una de ellas es que todos los viernes, en la Facultad de Medicina hay una serie de conferencias para todos los alumnos, en un horario en el que no hay clases.

Por su parte, la Facultad de Psicología, ha desarrollado diferentes Modelos de intervención dirigidos a consumidores de alcohol, tabaco y drogas ilegales en adolescentes y adultos. Básicamente, los modelos están basados en detección temprana e intervención breve y son técnicas cognitivo-conductuales, que han demostrado ser muy eficaces. Los datos muestran que son técnicas que funcionan directamente para reducir el problema de las adicciones, basadas en la teoría conductual, por un lado, y agregados componentes de la teoría cognitiva en donde se concibe el problema de la adicción, en general, como una conducta que se



aprende, por lo cual puede ser modificada en etapas tempranas y a través de una serie de técnicas del aprendizaje.

Estos esfuerzos, tanto en la Facultad de Psicología como en la de Medicina, muestran una seria preocupación por atender esta problemática en la comunidad. Sin embargo, se requiere un esfuerzo mayor e integral, para poder atacar este fenómeno de manera global, ya que actualmente existen diversos saberes que circulan en nuestra comunidad acerca de este tema.

Sin embargo, no existe un estudio integral que permita conocer si realmente estas percepciones reflejan lo que ocurre en la universidad, algunas de estas suposiciones hacen referencia a que:

- El consumo de alcohol y drogas al interior y en los alrededores de la Institución es algo que se presenta comúnmente entre los estudiantes.
- La presencia de bares y lugares de venta de alcohol alrededor de la universidad, incrementa la probabilidad de que los estudiantes consuman, incluso antes de entrar a clases.
- Se piensa que existe una diversidad y diferenciación de escenarios de consumo clandestinos dentro y en los alrededores de la Institución.
- Se cree que existen huecos legales que impiden a las autoridades aplicar las leyes ante este tipo de conductas de los estudiantes.
- Se cree que dentro de la Institución se presenta tráfico y consumo de drogas ilícitas.
- Se piensa que muchos de los jóvenes que consumen dentro de la universidad no son miembros de la Institución.

**Como consecuencia lo anterior lleva a plantearse una serie de interrogantes respecto a:**

¿Cuáles son las características del contexto que rodea a los estudiantes de esta Institución respecto a los escenarios de venta y/o consumo de alcohol y drogas ilegales?

¿Qué está sucediendo con los estudiantes respecto al consumo de alcohol y otras drogas en algunos escenarios clandestinos de consumo en la universidad?

¿Qué ocurre en algunos de estos espacios de consumo, es decir, cual es la dinámica de este fenómeno?

Es por ello, que el contar con un panorama contextual de la situación actual del consumo de alcohol y drogas en esta Institución, da la posibilidad de tener una perspectiva, aunque si bien no claramente apegada a la realidad, acerca de la caracterización de este contexto y la cultura de consumo que permea la cotidianeidad de los estudiantes, al tiempo que permita conocer y acercarnos a esta realidad, en los propios escenarios donde se presentan estas conductas y en voz de los actores involucrados.

## **Resumiendo**

Es claro que el consumo de drogas en México a pesar de que se ha mantenido estable en algunas sustancias, no sólo se observa como práctica de experimentación, sino como de uso constante, surgiendo también, nuevos grupos vulnerables entre los niños y las mujeres debido, entre otros factores, al incremento en la disponibilidad de algunas drogas en diversas regiones del país, así como a cambios socioculturales importantes.

Este panorama actual, muestra las principales características del fenómeno a nivel nacional, su comportamiento y distribución en los últimos años. Por ello, se puede concluir que este fenómeno, representa un grave problema para el país, y que, a pesar de los esfuerzos realizados por diversas instancias, sigue teniendo un impacto significativo en la salud, situación personal y social de cada individuo.

Como se ha podido observar, existen diversos esfuerzos por conocer cual es la magnitud, evolución y comportamiento de este fenómeno a nivel internacional y nacional; diversas aproximaciones a través de diferentes métodos, han permitido identificar y analizar estos aspectos, desde los puntos de vista cuantitativo y cualitativo, específicamente en la población de interés: los jóvenes.

Los diversos hallazgos documentan la importancia que tienen los aspectos personales, familiares y los que podrían comenzar a denominarse culturales. Es decir, la influencia que juegan los diversos componentes de cada cultura, grupo de pares, condiciones medioambientales, contextos de riesgo, tolerancia, disponibilidad, normas y costumbres. Cada uno de ellos, impactando en este fenómeno.

Es por ello que a partir de de las investigaciones descritas anteriormente, con base en sus sustentos teóricos y metodológicos y considerando la problemática que viven actualmente los jóvenes universitarios, se plantea el desarrollo la aproximación bajo una metodología mixta (cuantitativa y cualitativamente), como la que formula esta investigación, debido a las ventajas que ambos métodos ofrecen, esto es, obtener información descriptiva de los contextos de consumo por un lado, e información cualitativa respecto a la dinámica de este fenómeno en dichos escenarios, esto a partir de la propia experiencia de los jóvenes.

Finalmente, se señala que si bien los datos antes mencionados proporcionan información acerca de esta problemática y su contextualización en términos epidemiológicos y cuantitativos particularmente, se considera necesario, adentrarse en el fenómeno de consumo a partir del entendimiento de la juventud. Por ello el siguiente capítulo aborda los elementos centrales en esta conceptualización, con el objeto de comprender este fenómeno, atender a las particularidades de los jóvenes contemporáneos y sus manifestaciones para así

entender las diversas prácticas y significados que conforman las culturas juveniles de hoy en día, así como el papel que juega el consumo de sustancias en su entorno y en el momento en que éste está ocurriendo.

## **CAPITULO II**

### **Juventud, contexto y consumo**

Históricamente, las sociedades han consumido sustancias psicoactivas, siendo el etanol la más popular. El desarrollo de la agricultura -hace más de cuatro mil años-, se convirtió en el disparador que produjo gran cantidad de variedades y sabores de alcohol. Así mismo, se utilizaron diversos medios de producción (artesanal e industrial), que difundieron el alcohol en todos los estratos sociales. Estas bebidas no sólo afectan directamente al sistema nervioso central, también son generadoras de complejos y múltiples comportamientos y significados que provienen del acto social de “tomar”.

Existen diversas formas de aproximarse específicamente al fenómeno de consumo de alcohol; sin embargo, tradicionalmente las investigaciones realizadas en torno al problema, han tratado en lo fundamental, de obtener información sobre los niveles de consumo, tendencias y comportamiento. Por un lado, el interés ha sido conocer la prevalencia y patrones de consumo, y por el otro, se ha tratado de identificar los principales factores de riesgo y las consecuencias asociadas a dicho consumo.

Si bien estas investigaciones aportan información necesaria para entender este fenómeno, no se cuenta con un adecuado entendimiento del contexto y la naturaleza que involucra y acompaña al fenómeno y a los usuarios. Por ello se requiere integrar el estudio de aspectos cualitativos de la experiencia de consumo vivenciados en los propios escenarios donde ocurre esta conducta, siendo una de estas formas, la etnografía comparativa, que permite analizar los elementos que están relacionados con las culturas juveniles.

Se considera por tanto, y retomando lo expuesto en el capítulo anterior sobre el consumo de alcohol en la población joven, realizar este estudio desde

una perspectiva que integre dos métodos de aproximación, cualitativa y cuantitativa, con el principal objetivo de adentrarnos en el conocimiento de lo que ocurre en estos espacios, lo que permitirá una discusión más amplia y abrir la posibilidad de proponer elementos prácticos y teóricos que permitan comprender este fenómeno desde la percepción de los estudiantes y de los factores psicosociales que los influyen.

Es así que para comprender este fenómeno de manera integrada, es decir, lo que allí sucede y los espacios donde se manifiesta, se deben considerar los referentes teóricos sobre la juventud, los jóvenes, las culturas juveniles y los territorios escolares, para de esta forma, entender la relación dinámica que existe entre estos elementos.

Inicialmente, se requiere analizar aquellos elementos que tienen que ver con el tema de la juventud y los territorios donde se manifiesta esta condición. En este caso en particular, los espacios educativos y particularmente los escenarios de consumo de alcohol. Se asume por tanto, una concepción integradora de estos elementos, es decir, de que manera cobra vida y se manifiesta este fenómeno en los estudiantes.

Por lo que en primer término, se debe reconocer la importancia de la población joven y de su condición itinerante de formación identitaria, en un mundo que los ha colocado como sujetos de consumo, que no ha valorado su multiplicidad de acciones y reclamos; idealizándolos y asignándoles roles particulares desde el mundo adulto.

Una adecuada aproximación a la realidad del consumo de alcohol en estudiantes universitarios proporciona bases claras para profundizar en este tema, así como en el replanteamiento de la forma en que se aborda esta problemática. Se buscan estrategias de acción que fomenten una conciencia crítica del consumo, y que minimicen sus consecuencias negativas.

Los temas que se abordarán en este capítulo son juventud y sus implicaciones, los contextos juveniles donde cobran vida, las culturas juveniles y sus manifestaciones y finalmente los entornos universitarios respecto al consumo de alcohol.

## **Juventud**

En toda sociedad definir los periodos de desarrollo por los que transcurren sus miembros involucra considerar características de desarrollo biológico, económico, social y cultural, con la finalidad de atribuirles obligaciones, responsabilidades y derechos.

En este sentido, Wyn y White (1993) han puesto en claro tres maneras, de atrapar la noción de juventud en marcos estrechos y deterministas: a) los esquemas normalizantes que intentan dar solución a los desvíos de la norma; b) las concepciones categóricas del desarrollo y la identidad; y c) una idea limitada de los procesos de transición hacia la vida adulta.

De los aspectos anteriormente señalados las dos últimas características son útiles para la explicación del fenómeno de consumo en los jóvenes estudiantes; sin embargo, esta concepción se vería limitada al intentar utilizarla como un marco definitorio, percibiéndose la necesidad de complementarse con otras.

Las perspectivas categóricas de los procesos juveniles han tenido un papel central en la creación de marcos estandarizantes, por medio de los cuales los adultos pueden juzgar cuáles individuos son normales y cuáles individuos necesitan algún tipo de intervención para ser normalizados. Los conceptos de adolescencia y desarrollo pretenden confirmar esta aproximación, pues asumen como equivalentes las etapas del desarrollo físico con el de una identidad social.

Con ello suponen la existencia de rasgos psíquicos o patrones de comportamiento en correspondencia con categorías específicas de edad. Por ejemplo, se cree que la adolescencia involucra un número de tareas del desarrollo que deben ser cumplidas apropiadamente, de lo contrario el joven no podrá convertirse en un adulto maduro. Las limitaciones que tiene este enfoque son diversas. Una de ellas es la presuposición de un carácter ahistórico y estático de la juventud, que tiene como referencia la norma masculina, blanca y de clase media (Monsivais, 2004).

El acercamiento categórico también ignora el rol de las instituciones y el impacto de las cambiantes circunstancias sociopolíticas en la condición de la juventud. En consecuencia, se presentan las actitudes, conductas y estilos de grupo particulares como los prototipos universales, subestimando la diversidad de los jóvenes, e ignorando las relaciones existentes entre jóvenes-adultos, y entre grupos de jóvenes. Adicionalmente, ver a la juventud como una categoría descontextualiza las continuidades generacionales entre distintos grupos sociales, perdiendo de vista fenómenos como la transmisión de prácticas específicas de padres a hijos, que forman parte de la reproducción de tradiciones y formas de vida.

Por su parte, Monsivais (2004) coincide con Wyn y White, al afirmar que un problema significativo con la conceptualización de la juventud radica en una idea unilineal de las transiciones hacia la vida adulta. Cuando el término “transición” alude a que la gente joven “se desplaza” hacia la vida adulta, es porque se sobreentiende que la adultez es un status claramente definido, con marcas fijas que indican exactamente cuando se ha cumplido el proceso de maduración. Las transiciones juveniles con frecuencia toman como referencia el terminar la escuela, dejar el hogar paterno, casarse, tener hijos u obtener un empleo. No obstante, las complejidades de la experiencia juvenil, los cruzamientos y las coincidencias en los cambios, y la forma de espiral de los procesos de inicio y llegada en los diferentes estadios de la vida, plantean un panorama que excede a una narrativa lineal de la transición.



Aquí interesa el campo de subjetivación, que designa los distintos procesos de individuación. Se entiende por individuación aquellos procesos relacionados con la gestión de una identidad propia, en el marco de un conjunto de relaciones sociales y condiciones de vida dadas.

Monsivais plantea que este campo intenta dar cuenta de lo que se designaba como “transiciones” juveniles. Si bien es necesario evitar una concepción unilineal y determinista de los procesos de individuación que se gestan entre los 12 y los 29 años, también es deseable no pasar por alto que, en este periodo de edad, acontecen hechos determinantes de la vida futura de los individuos. Los procesos de individuación asociados con la “juventud” abarcan dimensiones biológicas, psicológicas, sociales y económicas de la vida de los individuos.

Aunado a esto, la juventud como fenómeno sociocultural se considera como un campo que se produce a partir de las transformaciones políticas, económicas y culturales en la sociedad. Lo que acontece es una articulación dinámica y contingente entre la juventud como experiencia cultural, y la juventud como periodo de edad y como proceso de individuación. Las formas en que los individuos viven este proceso, y las formas como gestionan sus procesos de individuación, a la par que son heterogéneas, representan las tensiones a las que se enfrentan los individuos en la sociedad en general.

En una sociedad donde los ritos de iniciación y pasaje son borrosos, donde las trayectorias de vida de los individuos carecen de una dirección preestablecida, los jóvenes pueden explicar como se experimentan los cambios sociales al mismo tiempo que se mantiene un sentido de continuidad en las esferas de la vida cotidiana. En este contexto, los estilos de vida son un referente que permite indagar cómo se asegura la continuidad del si mismo en un mundo inestable y cambiante. Es así que la noción de los estilos de vida es crucial para entender la

participación de los jóvenes en los procesos de transformación de la sociedad contemporánea (Monsivais, 2004).

Por otra parte, se puede ver a la juventud como una categoría difícil, teórica y metodológicamente, ya que ésta es objeto y sujeto de estudio cambiante y que varía a lo largo del tiempo, en virtud de que se modifican las condiciones históricas, sociales, económicas y culturales de su producción y al mismo tiempo lo que va produciendo conlleva contenidos de sentido y significación variantes (Nateras, 2004).

*“Se considera que hay una diferencia entre lo que se puede denominar como la juventud y los jóvenes, que consiste en lo siguiente: la juventud, es una categoría de análisis de lo social, y los jóvenes son las formas distintas y particulares de apropiarse de esa categoría en la condición juvenil. De ahí que los jóvenes son un agrupamiento con características de lo político, con prácticas sociales y expresiones culturales heterogéneas; en otras palabras, hay diferentes maneras de ser joven”* (Nateras, 2004: p.47).

Aunado a esto, existe otro elemento importante en la comprensión de lo aquí expuesto: se refiere a lo que podría denominarse como culturas juveniles, que son concebidas como prácticas sociales y/o expresiones de ciertos jóvenes ligadas a determinadas adscripciones identitarias que se representan y hacen visibles en el espacio urbano de la mayoría de las ciudades del mundo (Nateras, 2004).

Lo importante aquí, es que se concede a los jóvenes el lugar de un grupo social particular con acciones y expresiones culturales distintas a las de otros grupos, primordialmente los adultos. Y esto es central, ya que en el proceso de constitución de las identificaciones juveniles, la mayoría de los jóvenes rivaliza y contrapone al mundo adulto y sus instituciones, regularmente a partir de la interpelación que se hace de las normas y valores instituidos. Esto es así, ya que

en el proceso de las construcciones identitarias se procede, entre otros mecanismos, por contraposición al otro distinto y diferente a uno.

Esta contraposición al mundo adulto atraviesa, las más de las veces, por los circuitos generacionales; es decir, es una tensión intergeneracional conformada, por una parte, desde la mayoría de los adultos que ejercen la función paterna al representar, escenificar o dramatizar la figura de autoridad y, por la otra parte, está la generación contemporánea del ser joven, hombres y mujeres que entran en la disputa, en la creación de sentidos en su constitución identitaria juvenil.

Dicha tensión intergeneracional se construye desde ciertos imaginarios en los mundos adultos, en tanto que son sujetos de mas experiencia y vivencias. Se cree entonces que tal vivencia se puede transmitir y heredar a los hijos con la simple mención mágica de la palabra y el discurso que se dirige a los niños, los púberes, los adolescentes o los jóvenes, cuando se sabe, que esto no sucede así, y lo que le queda a esa función paterna es simplemente acompañar los procesos sociales de sus hijos.

Así, los jóvenes en la búsqueda de su propia identidad, además de experimentar un periodo de transición, afrontan diversas situaciones de acuerdo a los contextos culturales en que se desarrollan, como puede ser la calle, la familia o amigos y en este caso la escuela o universidad, donde lo deseable es que los jóvenes se vean beneficiados; sin embargo, podrían verse afectados por la exposición e interacción con el contexto ante diversas situaciones como son la presencia y el uso de sustancias legales e ilegales, tales como el uso y consumo de alcohol, tabaco y marihuana entre otras.

De tal forma, se retoma la propuesta de Nateras y su comprensión de juventud a partir del análisis de las culturas juveniles, que considera al consumo de sustancias como una manifestación y expresión de estos grupos, ello permitirá

comprender mejor la dinámica que se establece en los espacios donde los jóvenes se reúnen para consumir, generando una visión integradora de los elementos contextuales y las diversas prácticas, motivaciones e implicaciones que este fenómeno contiene.

## **Los contextos juveniles**

En un primer momento, el análisis del tema de la juventud, plantea diversas interrogantes y planteamientos que implica comprender sus manifestaciones, vistos a los jóvenes como una forma de apropiamiento de esta categoría de acuerdo con Nateras (2004). Por ello no puede ignorarse la emergencia de las llamadas culturas juveniles, entendidas como construcciones del orden social e histórico. Es decir, de qué manera construyen los jóvenes su identidad en función del contexto en el que están inmersos.

Es por ello, que para lograr una mejor comprensión del fenómeno de consumo en términos de la dinámica y experiencia que viven los estudiantes en un contexto académico, se considera útil la propuesta que hace Heath (2000) sobre lo que él llama: los "*patrones de consumo de alcohol*", a partir de una relación dinámica entre tres elementos principales (Implicaciones, Prácticas y Motivaciones), los cuales se detallan mas adelante.

Esto implica algunas interrogantes acerca de qué es lo que sucede en los escenarios de consumo y de qué forma se manifiesta este fenómeno en dichos espacios. Es aquí donde se inserta esta propuesta teórica: el interés por entender la dinámica y experiencia de consumo a partir de la comprensión de su contexto.

Particularmente, entender algunos elementos de la cultura de consumo de alcohol, junto con el contexto histórico y sociocultural que les brinda sentido y significado se logra comprender a través de una serie de categorías de análisis, que se pueden formular como preguntas, donde intervienen campos de acción y

representación específicos: ¿Cuándo se toma?, ¿Dónde se toma y dónde no?, ¿Quién y con quiénes toma?, ¿Cómo se toma?, ¿Qué se toma? y ¿Por qué razones o motivos? También se contemplan las consecuencias o resultados del beber, buscando abarcar aspectos positivos y negativos (Heath, 2000; Grant y Litvak, 1998).

Este planteamiento permite concebir una relación circular entre las *prácticas* como comportamientos reales de consumo, las *motivaciones* como razones o justificaciones, expectativas o aspiraciones y excusas o pretextos. Las *implicaciones* son los efectos inmediatos de consumo y las consecuencias posteriores, valorándose las categorías como positivas, negativas y neutras, como elementos fundamentales para poder entender este fenómeno.

En resumen, los *patrones de consumo* (Heath, 2000) son aquellas prácticas, justificaciones y consecuencias que son frecuentes o características de una sociedad o grupo cultural. Éstas están delimitados por normas no escritas, construidas socialmente, que reflejan valores, creencias y actitudes, y que pertenecen a un contexto sociohistórico específico y cambiante. Proporcionan a las personas referentes y estrategias para entender la realidad y actuar sobre ella; este contexto es similar a la información del sentido común, que los seres humanos utilizan para elaborar su campo de representación y posicionarse con respecto a hechos, objetos, individuos o colectividades.

Es así que se puede pensar que la cultura de consumo de alcohol entre los estudiantes se desarrolla en un momento sociohistórico: la juventud, definida como una situación de vida específica, en donde la ampliación y profundización de los estudios superiores, influyen en su crecimiento y manifestación identitaria. Las relaciones de género, edad y clase social, así como la participación en culturas de consumo definen elementos para comprender esta realidad que experimentan los jóvenes.

Considerando este referente, se debe atender al contexto, en este caso, la universidad, entendida como el lugar donde se manifiesta este fenómeno. Nateras (2004) por su parte, sostiene que uno de los puntos de partida es considerar que las prácticas sociales de la mayoría de los jóvenes así como sus manifestaciones culturales se pueden mirar bajo la siguiente premisa: la actuación o acción es local-regional, aunque dicha actuación se tendría que reflexionar globalmente. Esto significa que no se podría comprender en su plenitud la noción juvenil contemporánea, ni cualquier otra condición etaria o de sector poblacional, sino a partir de sus trazos relacionales y la articulación entre los contextos en que se producen, en este caso la escuela.

Diversos acontecimientos globales y locales influyen en el desarrollo y transformación de la cultura juvenil, y es a partir de este interjuego que se puede caracterizar una particular producción de la condición juvenil en la sociedad.

De este modo podría considerarse que dentro las prácticas sociales de los jóvenes, se encuentra el uso social de alcohol, incorporándosele más como uno de los artefactos o accesorios que acompañan a las acciones sociales y las expresiones culturales de determinados jóvenes. De tal suerte que ahora el alcohol y las drogas ilegales son una mercancía de bienes materiales con valor simbólico que entran en el circuito del mercado globalizado, son un producto más, por lo que hay determinadas drogas en la lógica de la oferta y la demanda dirigidas particularmente al mundo juvenil, asociadas a determinadas circunstancias y consecuencias (Nateras, 2004); siendo de particular interés, el consumo de alcohol.

Si se entienden los elementos centrales planteados por estos autores, debemos reconocer la existencia de las llamadas culturas juveniles, entendidas éstas como una de las formas de apropiarse de esta condición de juventud, caracterizada principalmente por la búsqueda de identidad. Por lo tanto, el consumo de alcohol, puede ser un elemento que quizás les permite promover esa

búsqueda identitaria, asumiéndolo como una de las prácticas socialmente aceptadas y características de esta etapa de la vida.

*“Al abordar el tema de culturas juveniles desde una perspectiva de la búsqueda de identidad, se podría determinar que detrás del término juventud se esconden una serie de imágenes estereotipadas de lo que son los jóvenes. Lo que caracteriza la situación actual de los jóvenes es que se ha prolongado el periodo de escolarización, retardándose así la inserción sociolaboral plena de muchos jóvenes. El acceso tardío al empleo, que se produce en nuestra sociedad, y el alargamiento del tiempo de convivencia en casa de los padres, hacen que el joven adopte pautas de identidad fomentadas más en las actividades que realiza en el tiempo de ocio que en las obligaciones que requiere el mundo profesional” (Busquet, 2004: p.87).*

La concepción dominante de la juventud en cada momento histórico está directamente relacionada con los cambios que se producen en la sociedad y con las dinámicas que se van definiendo a partir de estos cambios. Es un proceso entre la infancia y el mundo de los adultos. El término juventud tiene un carácter histórico.

Para un gran número de jóvenes, y especialmente para los estudiantes, el proceso de definición de la propia identidad en esta etapa vital, y la falta de vinculación directa y estable respecto al mundo del trabajo, los predispone a adoptar identidades provisionales que, se dan preferentemente en el ámbito del ocio, encontrando en el cotidiano de la universidad, diversos huecos en el tiempo que permanecen en la institución.

Esta propuesta considera que una de las cuestiones centrales de la juventud es la construcción de la identidad, que en ese momento se encuentra en proceso para definirse de alguna manera, como adolescente diferente. Para

hacerlo utiliza los materiales y las prácticas que tiene a su alcance, siendo una de estas prácticas el uso de alcohol.

Por otro lado, como elemento importante en esta tesis, surge el planteamiento de Artiaga (2004), quien pretende explicar y analizar la diversidad adolescente en función de los territorios escolares, a partir de la explicación del proceso de homogenización de espacios que ocurre. Plantea que la escolarización crea contextos para ser joven, facilita un tiempo, unas interrelaciones, unos entornos para ejercer como adolescentes, para aprender a ser jóvenes. Las escuelas son espacios y contextos para los procesos de afirmación, confrontación y diferenciación. En ellos se crean y se descargan tensiones y entusiasmos de las incomodidades y agobios. En ellos interactúan las adolescencias diversas, los estilos de vida incipientes, las culturas juveniles a las que empiezan a adscribirse.

Plantea que en estos espacios, los jóvenes se afirman y se confrontan en la vida cotidiana de las aulas. A partir de ella se confrontan con la diferencia (por género, origen, cultura, dificultad o limitación, pertenencia social, etc.) y buscan su propia idiosincrasia, construyen sus redes de relación y solidaridad emocional. De forma especial, la escuela se convierte en el espacio para la confrontación con los adultos y a su vez es una posibilidad para construir una relación de proximidad y ayuda con unas personas adultas que no son sus padres y madres y que, en principio, no tienen el encargo de dedicarse a su control; también es un espacio para la confrontación con las pretensiones adultas, concentradas en las imposiciones, paradigma muchas veces del marcaje adulto que dicen tener que soportar.

Las prácticas adolescentes, la construcción y el ejercicio de sus adolescencias dependen de un conjunto de interacciones a las que Artiaga denomina presencias; es decir, de las formas adolescentes que en un contexto y tiempo determinados aparecen en su proximidad como posibles, atractivas o rechazables.



En los diversos territorios escolares y en momentos distintos predominan unas u otras, se ponen de moda por las influencias que conforman la construcción de jóvenes; son viables en función de las limitaciones y posibilidades que arrastran como bagajes personales y colectivos.

Ser joven de una u otra forma, concretar este proceso de formación dependerá mucho del conjunto de prácticas con las que se encuentre cada uno; basta echar una mirada a los escenarios, escuchar sus lenguajes y considerar las relaciones para ver que, incluso en condiciones sociales similares, las formas de ser joven en cada ambiente es muy diversa. Las diferentes composiciones de juventud crean formas dominantes y contrapuestas de ser joven en cada territorio escolar.

Específicamente, al hablar de jóvenes en contextos escolares, la escuela resulta trascendental en la búsqueda de su propia identidad, al vérselo como el espacio principal donde habrán de desarrollar su propia personalidad. La escuela vista como una institución donde los jóvenes deberán cultivarse, desarrollar competencias profesionales, practicar algún deporte, recrearse, establecer relaciones interpersonales, y es donde además, concurren culturas diversas, entre otras cosas.

Al considerar la concurrencia de una diversidad cultural en la escuela, muchas son las prácticas y expresiones de los jóvenes, en las que de acuerdo a sus metas principalmente y a su desarrollo profesional, los jóvenes como estudiantes pueden verse vulnerables por factores que concurren a diario como son el uso y abuso de alcohol, el tabaco, la marihuana y otras sustancias.

De este modo, la escuela puede ser vista como un contexto cultural donde los jóvenes ponen a prueba sus recursos durante la búsqueda de una identidad. Como un espacio en el que el consumo de sustancias legales e ilegales será un

factor latente, en el que de acuerdo a las oportunidades propicias será el propio alumno quien decida iniciar o no, estas prácticas de consumo, o en su caso ser absorbido por las mismas prácticas sociales de su grupo. Por lo tanto, por imitación o por afirmación contrapuesta los jóvenes se definen en función de los mundos jóvenes con los que interactúan.

Las interacciones adolescentes que generan formas de ser joven no son sólo el resultado de combinaciones sociales previas y de predominios e influencias de estilos puntualmente dominados. También son el resultado del estilo de relaciones que genera cada institución (escuela), de los agrupamientos que propicia, de la diversidad y homogeneidad que organiza (Artiaga, 2004).

El joven estudiante, que ha hecho de la escuela su hábitat, incluso cuando las cosas no le van bien, utiliza la vida escolar cotidiana como almacén de repertorios de conducta. Se afirma y se diferencia, se siente de una manera u otra en función de las dinámicas escolares. No sólo dentro de las posibilidades de ser, también hacen de jóvenes en función de cómo son tratados.

Las prácticas adolescentes quedan especialmente afectadas por las agrupaciones escolares, por la forma como se conforman los grupos de clase y las dinámicas. Si esto es así, se puede destacar cómo algunos adolescentes son adolescentes, de una u otra manera, en función de cómo son tratados por las instituciones en las que están. Los sujetos tratados como negativos, como problemáticos, también tienen que construir una identidad, pero al no tener a su alcance interacciones y resultados positivos agudizan la afirmación por contraposición. Buscan entre los otros adolescentes, entre las otras formas de ser adolescente, a los enemigos a negar.

En resumen, se ha presentado un concepto más amplio de lo que se entiende por juventud considerándose no sólo como un periodo de edad y de transición, sino como un proceso de individuación y como un fenómeno

sociocultural, en el que los jóvenes se adentran e interactúan en contextos culturales para apropiarse de ciertas características y conformar su propia identidad.

También se ha planteado la importancia que tiene la escuela como el contexto en cual los jóvenes pueden interactuar en una diversidad cultural, y en la que de acuerdo a sus intereses y características personales, podrán culminar una formación y un desarrollo sano o, en su caso, verse afectados por factores de riesgo como es el consumo de drogas y otras sustancias que afecten sus objetivos escolares o universitarios.

Finalmente, algunas reflexiones llevan a considerar elementos que atraviesan a este fenómeno: la diversidad juvenil y las condiciones culturales, históricas e identitarias que configuran esta etapa, particularmente a la juventud universitaria, qué de lo que poseen los jóvenes se comparte con la condición de juventud prevaeciente, de qué forma se apropian de esta condición bajo las condiciones universitarias y cuáles son los elementos que transitan al interior y alrededor de este proceso. Todo esto ayuda a entender las formas en las cuales los jóvenes se inscriben en dicho fenómeno, es decir, cómo viven ellos su juventud universitaria, de qué forma se apropian de los espacios académicos otorgándoles un uso y un significado.

Es por ello que resulta evidente que la ingesta de alcohol tiene implicaciones mucho más amplias de las que se pueden observar en la práctica, ya que existen referentes sociales y culturales que influyen en la construcción inmediata del consumo de alcohol. Este se podría entender como un instrumento de socialización, cubierto de significados y simbolismos diferentes, que comparten individuos, culturas y hasta naciones; en donde éste no sólo influye por sus efectos “deshinibidores”, sino que también actúa en relaciones sociales más complejas, que se extienden fuera del acto social de consumo (Míguez, 1987).

En el contexto universitario, se plantea el concepto de *moratoria social*, como una prolongación en el tiempo de la condición de juventud; se vincula con el estudio y la vida universitaria. Esta se da en ambos géneros y dentro de sectores sociales medios y altos, promoviendo periodos más largos de preparación y aprendizaje y a veces, de bohemia y arte (Margulis: 2000).

Esta visión plantea los espacios lúdicos o de ocio, como elementos significativos para la relajación, la creatividad y la socialización, posiblemente por el valor negativo que se le ha dado al placer y al hedonismo en las sociedades capitalistas (Rojek, 1995). Es importante entender este aspecto en un contexto de transición, como lo es la universidad, en donde cambia la distribución del tiempo y del proyecto de vida, ya que se produce una separación del núcleo familiar, de amigos y de la comunidad: una readaptación al entrono, en donde las estrategias de socialización varían en espacios y significados (Méndez, 1994; Rodríguez y Riba, 1998).

Por todo lo anterior, se podría pensar que el consumo de alcohol se convierte en un elemento de lubricación social, que permite a los estudiantes interrelacionarse con otras personas e ingresar en grupos sociales con los cuales posee características de identificación; se llegan a crear vínculos psicosociales, más allá del acto social de tomar, ya que muchas de las prácticas de consumo, inician y se consolidan en la adolescencia, poniendo a disposición una serie de significados comunes, aplicables a la realidad.

Como resultado de estas consideraciones, se plantea la concepción de los espacios de consumo como elementos que permiten entender la cultura de consumo; por lo que a continuación se muestran algunos aspectos de esta contextualización y su relación con este fenómeno.

## La contextualización del entorno universitario

Uno de los puntos iniciales a discutir sobre el espacio de consumo de alcohol, ¿dónde se toma?, es reconocer no sólo los lugares donde se permite el consumo, sino también conocer dónde se prohíbe o hasta se considera como un peligro. Otra característica representativa y muy relacionada a la anterior, tiene que ver con diferenciar entre los espacios públicos o privados de consumo, donde se contempla el consumo en el hogar, los establecimientos dispuestos para esta función, la calle o la acera (Heath, 2000).

A través de una extensa revisión bibliográfica, realizada por el SIRC (Social Issues Research Center), en Ámsterdam en el 2000, relacionada con investigaciones etnográficas sobre los lugares de venta y consumo de bebidas alcohólicas, se postulan tres características principales, presentes en la mayoría de las sociedades y culturas analizadas (SIRC, 2000).

1. El lugar de consumo usualmente es un ambiente especial: éste representa una esfera separada de existencia, un mundo social discreto y con sus propias leyes, costumbres y valores.

2. Los lugares de consumo tienden a ser socialmente integrativos, donde las clases sociales o las distinciones de status están basados en criterios diferentes que los que operan en el mundo exterior.

3. La principal función de los lugares de consumo, en casi toda cultura, parece ser la facilitación de la interacción y la filiación social (SIRC, 2000).

*La función de los lugares de consumo como esferas separadas de la vida diaria o como mundos auto contenidos, es más notorio en sociedades con culturas ambivalentes sobre el consumo de alcohol (alcohol no integrado a la dieta y connotaciones morales fuertes) en donde éste es descrito como un “tercer lugar” o*

*donde se expanden los límites morales. También son denominados fronterizos, marginales, de transición, ambiguos, o limítrofes) (SIRC, 2000: p. 38).*

*“se denominan estos espacios como un “tercer lugar”, donde las personas pueden ir cuando no están en casa (primer lugar) o en el trabajo (segundo lugar) y estar en público, pero relativamente seguros. Tradicionalmente estos lugares son el punto focal de algún tipo de actividad comunal, un lugar para juntarse, donde las personas socializan y conversan” (Heath, 2000: p 50).*

El SIRC profundiza en este aspecto partiendo de la idea de que a pesar de que estos establecimientos están... *integrados firmemente a la cultura hegemónica, también proveen un escenario que es cualitativamente diferente a las del hogar o lugar de trabajo. Actúan algunas veces como una etapa transicional o de tiempo fuera entre el ambiente laboral y el familiar, sirven así como un punto de diferenciación simbólica de un contexto social a otro (SIRC, 2000: p. 38).*

En este punto, es importante distinguir entre diferentes tipos de establecimientos donde se vende y consumen bebidas alcohólicas. Heath (2000) desarrolla una tipología de los diferentes lugares de venta y consumo de alcohol en Estados Unidos, y establece una definición de “bar”.

*“...Un bar por ejemplo es más propenso a vender cerveza, o algunos destilados, pero no existen muchas opciones de vinos. En relación a la comida, tiende a ser limitada, donde en bares baratos usualmente se sirven tentempiés (bocadillos) como cacahuates, papas fritas, etc; en los más caros se sirven quesos u otros tipos de aperitivos. (Heath, 2000: p. 51).*

*“En lugares donde el consumo está integrado a la dieta o a la vida cotidiana, los lugares de consumo tienden a favorecer lugares con alta visibilidad, con ventanas o espacios abiertos grandes, donde los clientes y facilidades son claramente expuestas. Estos lugares de consumo se extienden en el ambiente*

*externo y coinciden o se funden con el mundo de la vida cotidiana (SIRC, 2000: p. 37).*

Se parte de que *“los fines de semana en la noche, son los momentos de mayor asistencia, y el viernes es el día que lo visitan más estudiantes universitarios (Saavedra 2002); la cercanía (duración del transporte) de las personas a esta la zona, permite una mayor asistencia durante horarios nocturnos, que “para determinados sectores urbanos ha crecido significativamente por implicar un lapso donde el control familiar, educativo y laboral se encuentra momentáneamente suspendido” (Elbaum, 1996: p.159 Citado en Saavedra, 2002: p.14).*

*“...este es un ambiente en que predomina mucho ruido, por la música a gran volumen, el movimiento de gran cantidad de gente, sus voces, ruidos provenientes de la cocina o el bar, etc. Asimismo, dentro de los bares el espacio es reducido, por lo que las personas están aglomeradas, en las mesas, en la barra o de pie... el espacio intragrupal casi no existe. La comunicación verbal dentro de los locales es difícil por el movimiento y la cantidad de estímulos sonoros, por lo que los gestos, señas, movimientos y expresiones que son decodificadas por pares, constituyen la principal vía de comunicación” (Saavedra, 2002: p. 51).*

A medida que avanza la tarde y la noche, el lugar se va llenando y los espacios de atrás (adentro) que regularmente permanecen cerrados, se ponen a disposición del público; se cree, que esta “área de atrás”, refuerza la complicidad del consumo, donde son permitidos comportamientos que en otros espacios se verían expuestos a censura; inapropiados para la gente que no está en el ambiente de fiesta. Esta prohibición puede ser imaginada tanto por los consumidores como por aquellos que no consumen.

El espacio que da a la calle, por el contrario al estar en constante observación por las personas que transitan, presenta una normativa social mucho

más fuerte, que regula el comportamiento de consumo y las actividades que se dan relacionadas con la ingesta y los estados de ebriedad. En el interior, como todos los demás que comparten el lugar tienen comportamientos y actitudes similares, las normas sociales son minimizadas o existen otras particulares. Este aspecto se amplía si se toma en cuenta que las barras donde se vende alcohol siempre se ubican en las salas internas de los locales.

Esta área de afuera colinda y se mezcla con los espacios públicos urbanos como las aceras, la calle en frente al bar, los lugares de comida y estacionamientos, que funcionan como áreas de circulación, así como lugares de consumo, de encuentro y de diversión, para más de un grupo que por diferentes razones ha salido del bar, hacia otro, así como cuando no pueden o no quieren entrar.

El acto social intrínseco al uso del alcohol dentro de estos lugares, promueve relaciones sociales que permiten al joven, integrarse a nuevos grupos de pares, mixtos y con prácticas diferentes a sus anteriores grupos; en ellos se tiene la oportunidad de mostrarse y expresarse de formas diversas, sin ser discriminados o por lo menos más tolerados que en otros lugares. Las conductas y signos externos, alternativos o transgresores, son hasta cierto punto aceptados o incluso incitados. *“Este es un ambiente en que la gente se muestra muy expresiva y espontánea, y donde fundamentalmente los y las jóvenes se reúnen para beber, conversar y conocer nuevas amistades”* (Saavedra, 2002: p. 19).

*“Las personas que entran y salen de los locales, motivan saludos o comentarios intragrupalos. Si están dentro de un local, la dinámica es muy activa; a menudo se conocen entre sí, por lo que los grupos están constantemente cambiando de integrantes. Permanentemente los y las jóvenes están pendientes de las personas que están en el interior del local, de quienes entran y de quienes salen o se mueven en ese espacio.”* (Saavedra, 2002: p. 50).



De esta manera, la transición del estado de estudio al de ocio, implica una percepción que diferencia ambas actividades, hasta el punto de ser vistas como antitéticas. Heath (2000) resume esta idea al enunciar el término del “*Tercer Lugar*”; definido como el sitio que se diferencia de las actividades que se pueden desarrollar en la familia (1er lugar) o en el trabajo (2do lugar), de ahí la importancia del bar como un espacio de catarsis y de permisibilidad social, diferente de los anteriores.

Conceptualizar el bar como un tercer lugar, contribuye a entender su cualidad como espacio de interacción social, ya que estos lugares “tienden a realizar un función de integración o igualación social. Sus ambientes son mayoritariamente igualitarios o por lo menos son ambientes en donde se puede retar el orden social prevaleciente” ya que “las características especiales de los lugares de consumo (la fachada, decoración, música, juegos, etiqueta, prácticas rituales y el tomar bebidas alcohólicas), están diseñadas para promover un interacción social positiva y de reciprocidad” (SIRC, 2000: p.40). Las cualidades de relajación y desinhibición asociadas al consumo de bebidas alcohólicas, son un elemento central en este proceso de interacción social.

Los roles de los establecimientos como lugares especiales con ambientes donde se expanden los límites morales, y se promueve la interacción entre las personas, contribuyen a su función principal: ser facilitadores de la integración social y por ende de la formación o legitimación de identidades personales y colectivas.

*“En casi todos los lugares de consumo, en casi todas las culturas, las normas y costumbres no escritas, involucran alguna forma de compartir o comprar recíprocamente las bebidas. El rol central del intercambio y regalo de bebidas alcohólicas, para el establecimiento y reafirmación de la filiación social, ha sido reconocido por antropólogos, sociólogos y zoólogos, como una práctica fundamental para la sobrevivencia de la especie humana.”* (SIRC, 2000: p. 41).

Es así que los significados construidos en esta interacción social, se pueden considerar como detonadores de la generación de vínculos sociales. En resumen, el uso que los jóvenes dan a este espacio, está enfocado en la formación y reafirmación identitaria, donde se destaca su condición de punto de encuentro.

*“la finalidad de ir a estos lugares pareciera repartirse entre encontrarse con personas conocidas y estar en el sitio, ser visto ahí y por tanto reconocido como uno de ellos. También al ser reconocido por otro me siento confirmado”* (Saavedra, 2002: p. 51).

De este modo, y como resultado de lo anterior, se entiende que los espacios sociales de consumo son áreas de actividad diferentes de las cotidianas, que dan la posibilidad -principalmente al joven de expresarse, y de ponerse en contacto con otros individuos similares a él (SIRC, 2000). *“Se da una aprehensión del sitio en donde se desarrolla el consumo, ya que, “el lugar reúne condiciones atractivas para las expectativas de cada quien: beber, conversar, buscar pareja, conocer gente, encontrarse con amistades, oír música y sobre todo, ser parte de ese enjambre de jóvenes en movimiento permanente”* (Saavedra, 2002: p. 26).

De todo lo anterior surgen diversas reflexiones. En primer lugar, se debe pensar este fenómeno en términos evolutivos y locales. Con ello se quiere decir, que si bien existen características comunes a la manifestación, desarrollo y mantenimiento de la problemática del consumo, ésta se ve permeada por los procesos propios de la juventud y los contextos donde se manifiesta. En el caso de los jóvenes estudiantes se debe reconocer un matiz diferente a alguna otra juventud de cualquier parte del mundo. Es necesario pensar este fenómeno en términos globales, analizarlo a partir de los fundamentos básicos que subyacen a las conductas adictivas, con base en la relación que guarda esta conducta con diversos factores; a los actores y elementos que convergen en su aparición y

finalmente, atender a los contextos en los cuales se da dicha manifestación. Todo esto, en un momento socio histórico determinado.

Como resultado de estas revisiones y análisis teóricos, se está en la posibilidad de entender la dinámica y experiencia de consumo de alcohol en contextos universitarios, como la relación que se establece entre las prácticas, motivaciones e implicaciones que son observadas y/o manifestadas por los jóvenes universitarios en los escenarios mismos donde ocurre este fenómeno.

Se requiere por tanto, y de manera inicial, que a partir de estas propuestas, se defina a “los espacios internos de consumo” como lugares de encuentro, significación y validación de relaciones sociales, permeados por una dinámica particular establecida entre los que allí acuden y regulados por sus propias reglas y normas, carentes de la aplicación de reglamentos oficiales; y caracterizados por la ausencia de autoridades. Son escenarios que no se encuentran ocultos a la luz pública y donde se puede observar el consumo de alcohol y drogas ilegales, acompañadas de una serie de conductas propias de estos grupos como lo son el baile, la convivencia, la violencia y las transgresiones.

Existen por tanto, los “espacios externos de consumo” diferenciados de los primeros inicialmente, por su misma naturaleza y existencia; es decir, son escenarios diseñados exprofesamente para que los jóvenes acudan a beber alcohol, con dinámicas diferentes y características particulares, las cuales se logran conocer a través de este estudio.

Finalmente, ¿qué aportan estas investigaciones que se pueda considerar para el planteamiento de nuevas formas de aproximación?. Los diversos hallazgos documentan la importancia que tienen los aspectos personales, familiares y los que se podrían comenzar a denominar culturales. Es decir, la influencia que juegan los diversos componentes de cada cultura, grupo de pares, condiciones medioambientales, contextos de riesgo, tolerancia, disponibilidad, normas y costumbres. Cada uno de ellos impacta al consumo de alcohol, por lo que se debe

pensar el acercamiento al fenómeno desde dos vertientes: la cuantitativa que revela datos acerca de las prevalencias, incidencias, comportamientos, evolución y factores asociados al consumo por un lado; y las aproximaciones cualitativas por el otro, las cuales pretenden conocer el fenómeno desde una mirada descriptiva y analítica. Esto es, conocer aspectos presentes en esta problemática y que difícilmente se podrían conocer a través de técnicas cuantitativas. Es aquí donde se puede privilegiar el análisis de la cultura de consumo en determinada población, adentrarse en la naturaleza de ésta en los propios escenarios donde se presenta y en voz de los propios actores participantes y relacionados.

## **CAPITULO III**

### **CULTURA**

En este capítulo, se muestra una breve revisión del concepto de cultura desde diferentes perspectivas, con la finalidad de llegar a una comprensión de este mismo, que permita entender la forma en la que se plantea la concepción de lo que en este estudio se denomina cultura de consumo de sustancias, partiendo de la propuesta de Thompson (1993) sobre el análisis de la cultura, el cual se detalla más adelante.

Existen diversas formas de aproximarse al fenómeno de consumo de alcohol, sin embargo, tradicionalmente las investigaciones realizadas en torno al problema, han tratado en lo fundamental, de obtener información sobre los niveles de consumo, tendencias y comportamiento. Por un lado, el interés ha sido conocer la prevalencia y patrones de consumo, y por el otro, se ha tratado de identificar los principales factores de riesgo y las consecuencias asociadas a dicho consumo.

Si bien estas investigaciones aportan información necesaria para entender este fenómeno, no se cuenta con un adecuado entendimiento del contexto y la naturaleza que involucra y acompaña al fenómeno y a los usuarios, por lo que se requiere integrar el estudio de aspectos cualitativos de la experiencia de consumo vivenciados en los propios escenarios donde ocurre esta conducta, siendo una de estas formas, la etnografía comparativa, la cual creemos, permite analizar los elementos que están relacionados con las características de la cultura de los grupos en donde se manifiesta este fenómeno; por lo que se hace necesario, revisar este concepto para entender la forma en la cual dichas características, determinan la forma en la cual se observa el consumo particularmente en los jóvenes.

El concepto de cultura ha evolucionado a lo largo de varios años; desde sus orígenes ha presentado diversas variaciones en función del campo en el cual se

sitúa su concepción; por lo que se considera necesario analizar este concepto desde diferentes perspectivas que permitan entender mejor su uso para finalmente, abordar el tema del consumo a partir de una concepción de cultura que permita integrar los elementos necesarios tanto del contexto como del sujeto.

La diversidad cultural, es uno de los grandes retos pero también una de las más grandes oportunidades de poder comprender los cambios que se han dado a lo largo del tiempo en los diferentes grupos y contextos, así como en las interrelaciones que se dan entre sus miembros. Esto implica atender a los antecedentes y a la herencia, así como sus meritos y limitaciones para poder entender el comportamiento humano.

Según Díaz Guerrero (2003), el término de cultura se emplea de forma independiente, tanto humanista como antropológico, refiere los escritos de Kroeber y Kluckhohn, 1952; donde se diferencia claramente la cultura de cultivo de la antropológica, estos autores dividen las definiciones en descriptivas, históricas, normativas, psicológicas, estructurales y genéticas.

Concluyen en esta definición “La cultura consiste en patrones, explícitos e implícitos, y del comportamiento adquiridos y transmitido por símbolos, que constituyen el logro distintivo de los grupos humanos, incluyendo su incorporación en artefactos; la medula esencial de la cultura consiste en ideas tradicionales y especialmente de los valores que representan; los sistemas culturales pueden, por una parte, ser considerados como producto de la acción, y por la otra como elementos condicionantes de acciones futuras” (Kroeber y Kluckhohn, 1952; citado en Díaz-Guerrero, 2003).

### **El concepto antropológico de cultura.**

Para la Antropología, la cultura es el sustantivo común "que indica una forma particular de vida, de gente, de un período, o de un grupo humano" como en las expresiones, está ligado a la apreciación y análisis de elementos tales como

valores, costumbres, normas, estilos de vida, formas o implementos materiales, la organización social, etc. Se podría decir que a diferencia del concepto sociológico, aprecia el presente mirando hacia el pasado que le dio forma, porque cualquiera de los elementos de la cultura nombrados, provienen de las tradiciones del pasado, con sus mitos y leyendas y sus costumbres de tiempos lejanos. De manera que el concepto antropológico de cultura permite apreciar variedades de culturas particulares: como la cultura de una región particular, la cultura del poblador, del campesino; cultura de crianza, de la mujer de los jóvenes, cultura universitaria, culturas étnicas, etc.

### **El concepto sociológico**

Mucho menos conocido y apreciado, el concepto sociológico se entiende como "el concepto abstracto que describe procesos de desarrollo intelectual, espiritual y estéticos" del acontecer humano, incluyendo la ciencia y la tecnología, como cuando se habla *del desarrollo cultural de un pueblo* o país; Fischer dice que para la concepción *sociológica* la cultura se define como "el progreso intelectual y social del hombre en general, de las colectividades, de la humanidad". En general se usa el concepto de cultura en su acepción sociológica, cuando el hablante se refiere a la suma de conocimientos compartidos por *una sociedad* y que utiliza en forma práctica o guarda en la mente de sus intelectuales. Es decir, al total de conocimientos que posee acerca del mundo o del universo, incluyendo todas las artes, las ciencias exactas (matemáticas, física, química, etc.) las ciencias humanas (economía, psicología, sociología, antropología, etc.) y filosofía. Teniendo presente que por mucho que ese pueblo o sociedad sepa del universo, siempre hay áreas de conocimiento que no posee o desconoce.

El concepto sociológico de cultura tiene una fuerte connotación con la apreciación del presente pensando en el desarrollo o progreso futuro de la sociedad para alcanzar aquello que llamamos *el patrimonio cultural de la humanidad* o simplemente "*la cultura universal*". Es en este sentido que debe

entenderse la expresión "*desarrollar la cultura de un país*", implicando desarrollar y ampliar el conocimiento nacional de lo que el hombre (universal) ha sido capaz de desarrollar hasta hoy (Brunner, 1994).

Existe otro momento donde la cultura es entendida como un proceso (o red, malla o entramado) de significados en un acto de comunicación, objetivos y subjetivos, entre los procesos mentales que crean los significados (la cultura en el interior de la mente) y un medio ambiente o contexto significativo (el ambiente cultural exterior de la mente, que se convierte en significativo para la cultura interior).

Desde este punto de vista es posible comprender a Clifford Geertz cuando dice que:

*"El concepto de cultura que propugno es esencialmente un concepto semiótico. Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones"* (Geertz, 1973).

Lo que queda más claramente entendido más adelante, cuando aclara que:

*"...la cultura se comprende mejor no como complejos de esquemas concretos de conducta --costumbres, usanzas, tradiciones, conjuntos de hábitos-- como ha ocurrido en general hasta ahora, sino como una serie de mecanismos de control --planes, recetas, fórmulas, reglas, instrucciones (lo que los ingenieros de computación llaman "programas"-- que gobiernan la conducta"* (Geertz, 1973).

En otras palabras la cultura es la red o trama de *sentidos* con que le damos significados a los fenómenos o eventos de la vida cotidiana.



Lo importante es comprender a la cultura como producción de sentidos, de manera que también podemos entender a la cultura como el sentido que tienen los fenómenos y eventos de la vida cotidiana para un grupo humano determinado. Si queremos conocer la cultura de los jóvenes universitarios, por ejemplo, en realidad nos estamos preguntando qué sentido tiene la vida universitaria para estos jóvenes. Si nos preocupa la "cultura escolar", nos estaríamos preguntando qué sentido tiene la vida escolar para quienes la viven (Austin, 1999a).

Por otra parte, para Garza Cuellar (Austin, 1999b) la cultura puede ser definida en un sentido amplio, como todo lo cultivado por el hombre, ya que comprende el total de las producciones humanas, tanto en el ámbito material (como, por ejemplo, los productos del arte y la técnica) así como en el espiritual (donde se mencionan las ciencias, el arte y la filosofía).

Bell, la define como “un proceso continuo de sustentación de una identidad mediante la coherencia lograda por un punto de vista estético consistente, una concepción moral del yo y un estilo de vida que exhibe esas concepciones en los objetos que adornan a nuestro hogar y a nosotros mismos, y en el gusto que expresa esos puntos de vista.” Mientras que para Inglehart la cultura se entiende como: “los valores, las creencias, las capacidades y la gregariedad de los miembros de una sociedad determinada.” (Williams, 1976, Págs. 76-82).

Según Samuel Ramos, “Cultura y conciencia de los valores son expresiones que significan la misma cosa.” Es decir que se puede entender que los valores son una extensión de la cultura o que ésta es la manifestación viva de aquéllos (Austin, 1999a). Las definiciones encontradas las catalogó como: (1) descripciones enumerativas, (2) históricas, (3) normativas, (4) psicológicas, (5) estructurales y (6) genéticas.

Triandis (1994), (citado en García, 2003) define a la cultura, como el conjunto de elementos subjetivos y objetivos hechos por el ser humano, que en el pasado incrementaron la posibilidad de sobrevivir y resultaron satisfactorios para los miembros de un mismo nicho ecológico y que, estos elementos fueron

transmitidos de persona a persona debido a que tenían un lenguaje común y Vivian en el mismo lugar y en el mismo tiempo. En donde los elementos objetivos de la cultura son aquellos plausibles y, los elementos subjetivos son aquellos que se forman dentro de los procesos mentales del individuo

Matsumoto (1996) (citado en García, 2003) menciona que una forma de definir la cultura es como el conjunto de actitudes, valores, creencias y conductas compartidas por un grupo de personas, pero diferente para cada individuo y comunicadas de generación en generación.

Si bien es cierto que el concepto en términos generales alude a un conjunto de elementos producidos por el hombre, tanto materiales como inmateriales y que caracterizan a un grupo determinado en un momento histórico específico, se debe considerar que el análisis de cualquier fenómeno social, se ve atravesado por el concepto de cultura del cual se parte, esto es, cual de estas concepciones aportan una mejor concepción de dicho término, de forma que podemos apropiarnos de una postura que permita acercarnos a nuestro objeto de estudio, en este caso, el consumo de sustancias en una población específica.

## **El concepto psicológico**

Uno de los campos que permiten entender mejor los cambios y la diversidad es la psicología. La psicología tiene dos metas fundamentalmente en este campo: a) construir un cuerpo de conocimientos acerca de la gente

La psicología fundamentalmente tiene dos metas respecto al estudio de la cultura: 1) La primera es, construir un cuerpo de conocimientos sobre las personas y 2) Aplicar estos conocimientos para intervenir en los diversos fenómenos que se presentan en dichas personas, en búsqueda de mejorar la forma en la cual están viviendo dichas experiencias. Esto con la finalidad de poder entender lo que pasa, donde y cuando pasa y de alguna manera, poder predecir antes de que esto

ocurra, así como poder conducir la investigación para poder construir teorías acerca de comportamiento humano (Matsumoto, 1996).

Esto nos lleva a considerar la importancia de poder entender las diversas formas presentes en determinados grupos, lo cual implica atender a la cultura como un factor que influye el comportamiento, así como la forma en la cual, la diversidad cultural conlleva a una serie de complicaciones para poder entender porque dentro de un grupo en particular, en un lugar y momento determinado, cobran sentido específico determinados comportamiento.

Como se ha mencionado anteriormente, el concepto de cultura ha sido abordado desde diferentes perspectivas a lo largo de la historia. (Kroeber y Kluckon, 1952/1963), y posteriormente Berry, Poortiga, Segall y Dasen (1992) describieron seis categorías generales:

1. Descriptiva: Particularmente considera los diferentes tipos de actividades o comportamientos asociados con una cultura.
2. Histórica: Se refiere a la herencia y tradiciones asociadas con un determinado grupo de personas.
3. Normativa: Describe las reglas y normas que están asociadas con una cultura.
4. Psicológica: Esta descripción hace énfasis en el aprendizaje, la solución de problemas y otras aproximaciones al comportamiento asociados con una cultura.
5. Estructural: Enfatiza los elementos sociales de una cultura.
6. Genética: Descripciones que se refieren al origen de una cultura.

Dentro de la psicología, el concepto de cultura describe y explica un amplio rango de actividades, comportamientos, eventos y estructuras de la vida de un grupo. A lo largo de la historia, las personas han tenido que solucionar una serie de problemas sociales para poder adaptarse a determinadas situaciones y lograr

las metas que le permitan sobrevivir en el mundo. Estos problemas sociales incluyen negociaciones complejas respecto a diferentes estatus y jerarquías de necesidades, poder trabajar exitosamente dentro de un grupo social, enfrentar adversidades y peleas con rivales que compiten por los mismos objetivos como alimento, vestido, sexo, etc. (Buss, 2001).

Por tanto, las necesidades biológicas, son asociadas con motivaciones sociales. Todos los individuos y grupos, tienen problemas universales para poder adaptarse a su medio ambiente y poder resolver sus necesidades y lo que se denomina motivaciones sociales, para ello, cada persona y cada grupo, crea una serie de soluciones, éstas, pueden ser específicas para cada grupo, dependiendo del contexto y el momento en que se encuentre dicho grupo. Por tanto, se considera que la cultura es el resultado de la interacción entre las necesidades biológicas universales y sus funciones, las motivaciones sociales universales para resolver dichas necesidades, y el contexto en el cual un grupo vive (Matsumoto, 1996). Desde esta perspectiva, se considera el papel fundamental del contexto para poder entender a la cultura, así como todo aquello que caracteriza a un grupo que pretende adaptarse a determinadas situaciones, esto es, de que forma los jóvenes elaboran una serie de soluciones desde lo que plantea Matsumoto (1996) para poder resolver sus necesidades, sean estas de filiación, de constitución de una identidad, de incorporación, de pertenencia a determinado grupo, donde de acuerdo a lo observado, se observan una serie de conductas propias de cada grupo, siendo el consumo de alcohol y/o drogas una de ellas, para lo cual, el joven debe de aprender a enfrentar esto, si es que quiere adaptarse a ese grupo.

Si consideran de vital importancia los comportamientos y los referentes morales e ideológicos, que facilitan la comprensión de las motivaciones que empujan al consumo de alcohol y las normas socioculturales que lo regulan en la práctica, se reconoce por tanto, que la conducta de consumo de alcohol, es una actividad social, regulada por estructuras normativas con variaciones importantes para cada cultura. Esto implica que existe una gran diversidad de conductas con

respecto a la ingesta de alcohol y de su dinámica psicosocial y cultural, siendo una de estas, la manifestación de este fenómeno en los espacios académicos, poco estudiada en nuestro país y que nos ocupa en esta ocasión.

Uno de los aspectos fundamentales para poder entender particularmente el consumo de alcohol, es el factor cultura, como se ha pretendido exponer anteriormente; Medina-Mora (1993) sugiere, que existen elementos culturales que inciden de manera directa en la ingesta, como los significados que se tienen para percibir el consumo y la definición cultural que se da a la acción de beber, es decir a las propiedades, poderes y funciones que se le atribuyen al alcohol.

El panorama que se presenta en lo que respecta a la ingesta muestra al consumo de alcohol como una práctica habitual, formando parte de los llamados estilos de vida y está culturalmente aceptado en la mayoría de los países de América, Europa y Asia, por lo que esta situación ya no es un comportamiento individual, sino que se encuentra influenciado por normas sociales y por el contexto socioeconómico y cultural en donde se inserta. (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007; Rojas-Guiot, et al., 1999; Thompson, 1993).

En el caso específico de la cultura mexicana, el consumo de bebidas alcohólicas es una práctica arraigada y su origen se remonta al periodo prehispánico. El alcohol, ha estado vinculado a la vida religiosa, económica, social y política de los pueblos que habitaron nuestro país, formando parte también de la dieta alimenticia, de rituales o de usos medicinales (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007; Pérez, 2000).

En nuestra cultura se consume desde el bautizo hasta el sepelio de las personas, por lo que los adultos que no tienen problemas de alcoholismo, beben por gusto en sociedad (Rivera, 2001; Rojas-Guiot, et al., 1999). Incluso se considera que el mexicano ama las fiestas, todo es ocasión para reunirse y emborracharse con los amigos (Paz, 1986).

En este sentido, se puede decir que en nuestra sociedad se considera el alcohol como un elemento integrado a la cultura; se acepta como motivador en reuniones de amigos, familias, y hasta de trabajo o estudio. Esto tiene que ver con patrones, costumbres y tradiciones; Incluso el consumo de alcohol puede ser considerado como un recurso que proporciona una serie de beneficios, es decir, tiene una función integradora al ser utilizado socialmente, como reductor de ansiedades y tensiones (Medina-mora, 1993). Por lo que en la actualidad, el consumo es una práctica difundida en todos los sectores de la población convirtiéndose en la droga de mayor uso (Berenzon, Medina-Mora, Carreño, Juárez, Rojas, y Villatoro, 1996; FISAC, 2008; Lara y Salgado de Snayder, 2002).

De acuerdo a lo situación anterior, parece ser que la población joven se desarrolla en un ambiente húmedo, donde se tolera socialmente y hasta, podría decirse, se promueve el consumo. Y como antes, el consumo de alcohol sigue siendo un elemento importante del paso a la edad adulta. (Medina-Mora et al, 2001; Mora-Ríos y Natera, 2001; Raskin y Jackson, 2005). De esta manera para los jóvenes es común ingerir grandes cantidades de alcohol entre el grupo de amigos y compañeros (Castro y De los Ángeles, 1987; Natera et al., 2002).

En lo que respecta a los motivos por cuales los jóvenes deciden iniciarse en el hábito de beber, pueden ser cientos. Sin embargo, se pueden enunciar ejemplos como la identificación del ocio con la bebida, como una forma pasiva de entretenimiento, el mimetismo, la admiración de algún líder, la aceptación del grupo con actitudes de "valentía", de "atrevimiento o bien por el gusto de hacerlo, entre otros (Arana, 1999; NIAAA, 2008; Rojas-Guiot, et al., 1999).

Sin embargo, el panorama que se presenta no es homogéneo, pues a pesar de que la mujer se ha integrado a la cultura de consumo de alcohol se muestran diferencias con respecto a los varones (Lara y Salgado de Snayder, 2002; Natera, et al, 2002; FISAC, 2008; Ortiz, et al., 2005). Dentro de las primeras diferencias

se encuentran los aspectos biológicos, psiquiátricos y psicológicos, que dan cuenta de las consecuencias negativas en esferas tanto sociales como de salud; incluso se remarca la “vulnerabilidad” de este estrato de la población (Berruecos, 2007; Collins y McNair, 2006; Mariño, et al., 2005; Martínez, 2006; Medina-Mora, et al., 1999; Medina-Mora, et al., 2001; NIAAA, 2008).

Por otra parte, respecto al ámbito socio-cultural, la relación de las mujeres con el ambiente de bebida es compleja. Por un lado las mujeres están cada vez más cerca del modo masculino de beber, tanto por lo que se refiere a la cantidad como a la manera de hacerlo. Pero algunos detalles muestran que no pueden ser iguales en todo (Arana, 1999; Urbano y Arostegi, 2004).

El consumo realizado por los varones es social, generalmente en compañía y por lo tanto aceptado y tolerado; mientras que en las mujeres se espera que se abstengan en el mejor de los casos. Pero cuando las mujeres beben presentan como característica habitual consumir en solitario, de manera oculta o clandestinamente; este ritual es matizado por las expectativas sociales y normas socioculturales, que consideran que la mujer no debe beber porque cuando lo hace, sufre mayor represión y estigmatización que el hombre, y no porque la conducta de uno y otro muestre diferencias durante la intoxicación, sino porque se considera que el consumo es incompatible con los roles tradicionales asignados a la mujer (Berruecos 2007; Mariño et al., 2005). Incluso esta práctica en público se considera poco decente y por lo tanto la imagen de la mujer embriagada es mucho más rechazada (Arana, 1999; Berruecos 2007; Gómez, 2008; Mariño, et al., 2005; Ortiz, et al., 2005; Ramos de Viesca, 2001; Urbano y Arostegi, 2004; Wilsnack y Wilsnack, 2003).

Sugiere Gómez (2008) en el caso específico de las mujeres, que los motivos por los cuales una mujer se convierte en una bebedora recurrente pueden ser muy diversos, y a menudo hay más de una causa que impulsa al consumo pareciéndose cada vez más al consumo masculino; es decir, un alcoholismo

ligado a la curiosidad, la búsqueda del placer, la diversión o como una forma de celebrar (Gómez, 2008; Rojas-Guiot, et al., 1999; Romero, Rodríguez y Campillo, 1999; Urbano y Arostegi, 2004).

El problema no es que los jóvenes beban, en búsqueda de la sensación, por la experimentación de nuevas aventuras o bien por el afán de divertirse, y así, estar a tono con sus amistades, sino que estos pueden practicar cualquier forma de beber, poniendo en riesgo su salud (Rivera, 2001). La población joven ha determinado su situación como usuario, presentando características propias que han generado una cultura exclusiva del consumo de alcohol que se diferencia del consumo "tradicional" (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007).

### **El concepto de cultura desde la perspectiva de Thompson**

Thompson (1993) propone el estudio de los fenómenos sociales como elemento central para las ciencias sociales. Según este autor, la vida social no sólo es cuestión de objetos e incidentes, es cuestión de acciones y expresiones significativas, de enunciados, símbolos, textos y artefactos de diversos tipos, y de sujetos que se expresan por medio de éstos y buscan comprenderse a sí mismos y a los demás mediante la interpretación de las expresiones que producen y perciben; estos elementos se retomarán mas adelante al hablar de las características de la propuesta de Thompson.

Merece una especial reflexión el abordaje de los llamados fenómenos culturales enunciados aquí, refiriéndose a las maneras en que individuos situados en el mundo socio histórico producen, construyen y reciben expresiones significativas de diversos tipos.



Thompson inicialmente, plantea el estudio de la cultura a partir de una propuesta que incluye dos concepciones: la concepción descriptiva y la concepción simbólica. La concepción descriptiva se refiere al conjunto diverso de valores, creencias, costumbres, convenciones, hábitos y prácticas característicos de una sociedad particular o de un periodo histórico. La concepción simbólica desplaza el enfoque hacia un interés por el simbolismo: de acuerdo con ella, los fenómenos culturales son fenómenos simbólicos, y el estudio de la cultura se interesa esencialmente por la interpretación de los símbolos y de la acción simbólica (Thompson, 1993).

Destaca la aportación de Taylor respecto al estudio de la cultura y la influencia de éste en la concepción descriptiva de la cultura al presentar una definición clásica en su libro *Primitive Culture*:

*"Cultura o civilización. tomada en su amplio sentido etnográfico, es ese complejo de conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos que el hombre adquiere como miembro de la sociedad"* agregando a continuación la idea fundadora de la Antropología: *"La condición de la cultura en las diversas sociedades de la humanidad, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, constituye un tema apto para el estudio de la leyes del pensamiento y la acción humanas"* (Taylor, 1874, Pag.1)

La definición de Taylor (1874) contiene los elementos clave de la concepción descriptiva de la cultura. De acuerdo con esta concepción, la cultura se puede considerar como el conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, leyes, formas de conocimiento y arte, etc., que adquieren los individuos como miembros de una sociedad particular y que se pueden estudiar de manera científica. Todas estas creencias, costumbres, etcétera, conforman "una totalidad compleja" que es característica de cierta sociedad y la distingue de otras que existen en tiempos y lugares diferentes.

Es así que podemos observar como Taylor ofrece una serie de suposiciones metodológicas acerca de cómo se debe estudiar la cultura, entendida ésta como un objeto de la investigación científica y sistemática.

Por su parte, Malinowski adoptó una “teoría científica de la cultura” y respaldó una perspectiva evolutiva calificada; su interés principal consistía en desarrollar un enfoque funcionalista acerca de la cultura, en el cual los fenómenos culturales se pudieran analizar en términos de la satisfacción de las necesidades humanas.

Consecuencia de estos planteamientos, Thompson plantea su concepción descriptiva de la cultura de la siguiente manera: *la cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o esa sociedad*; y el estudio de la cultura implica, al menos en parte, el análisis, la clasificación y la comparación científicas de estos diferentes fenómenos (Thompson, 1993).

Las principales dificultades que entraña la concepción descriptiva de la cultura, se relacionan más con las suposiciones acerca del estudio de la cultura que con la concepción de la cultura misma.

Respecto a la concepción simbólica de la cultura, en la década de los 40, White delineó en *The Science of Culture* una concepción en este sentido. A partir de la premisa de que el uso de símbolos es el rasgo distintivo del ser humano, argumenta que la <<cultura es el nombre de un tipo preciso o clase de fenómenos, es decir, las cosas y los sucesos que dependen del ejercicio de una habilidad mental, exclusiva de la especie humana, que se denomina ‘symboling’ (Thompson, 1993).

Geertz (1973) por su parte, constituye una aportación al estudio de la concepción simbólica de la cultura; en su obra *The Interpretation of Cultures*,

presenta un intento por extraer las implicaciones que tiene dicha concepción para la naturaleza de la investigación antropológica.

El interés de este autor, recae en cuestiones del significado, el simbolismo y la interpretación. En esto coincide Thompson, al plantear que como lo propuso Max Weber, el hombre es un animal suspendido en ramas de significación tejidas por el mismo y por lo tanto, la cultura se compone de tales tramas y que el análisis de esta no es, por tanto, una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significado (Thompson, 1993).

Por lo tanto, al analizar la cultura, nos abocamos a la tarea de descifrar y describir acciones y expresiones que son *ya significativas* para los individuos mismos que las producen, perciben e interpretan en el curso de sus vidas diarias.

El análisis de la cultura por tanto, tiene poco que ver con la formulación de leyes y predicciones, para no hablar de la construcción de grandes esquemas evolutivos; se asemeja mas a la interpretación de un texto literario que a la observación de una regularidad empírica. El analista trata de dar sentido a las acciones y expresiones, y especificar el significado que tienen para los actores que las ejecutan, y al hacerlo así, aventurar algunas sugerencias, algunas consideraciones refutables, acerca de la sociedad de la que forman parte estas acciones y expresiones.

Geertz aporta un enfoque interpretativo al estudio de la cultura, de ahí que Thompson se apoya en esta propuesta para desarrollar lo que el llama <<la concepción simbólica>>, y que puede caracterizarse de la siguiente manera: *la cultura es el patrón de significados incorporado a las formas simbólicas—entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos—en virtud de los cuales los individuos se comunican entre si y comparten sus experiencias, concepciones y creencias*. El análisis cultural es, en primer lugar y ante todo, la elucidación de estos patrones de significado, la explicación interpretativa de los significados incorporados a las formas simbólicas (Geertz, 1973).

Visto de esta manera, el análisis de los fenómenos culturales se transforma en una actividad muy distinta de la que implica la concepción descriptiva; bajo esta perspectiva, se busca descifrar patrones de significado, discriminar entre distintos matices de sentido, y volver inteligible una forma de vida que ya es de por sí significativa para los que la viven.

Al poder considerar estos referentes, Thompson entiende la cultura como: los fenómenos culturales, entendidos estos como formas simbólicas, es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos, en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.

Thompson propone un enfoque alternativo para el estudio de los fenómenos culturales. Para lograr tales fines, se basa en la concepción simbólica formulada por Geertz y plantea lo que él llama <<una concepción estructural>> de la cultura y define el <<análisis cultural>> como *el estudio de las formas simbólicas, es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos, en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.* (Thompson, 1993, Pag, 57).

En esta descripción, los fenómenos culturales son considerados como *formas simbólicas en contextos estructurados*, y el análisis de la cultura se considera como el estudio de la constitución y la contextualización social de las formas simbólicas.

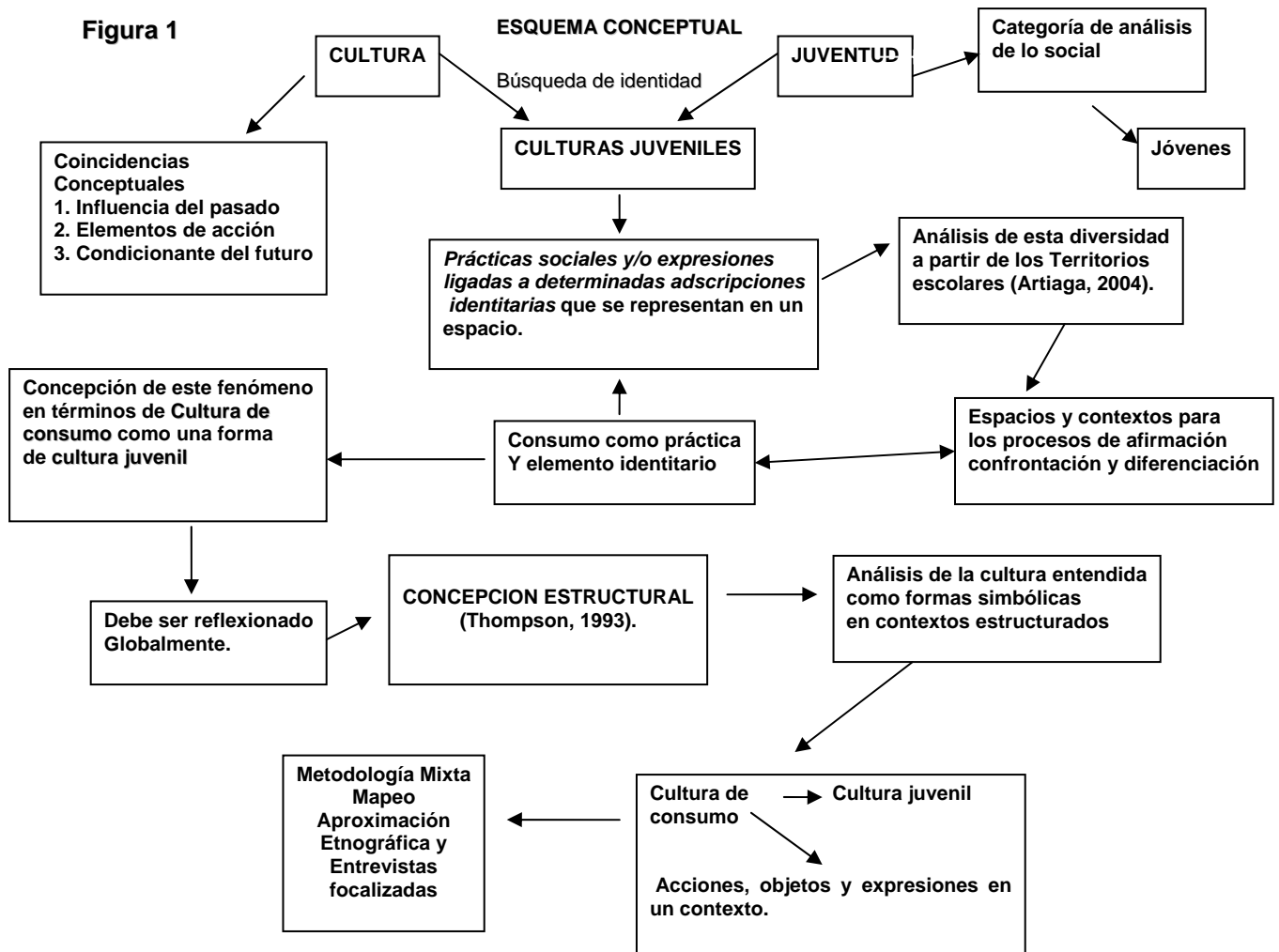
Argumenta, que las formas simbólicas, se insertan en contextos y procesos socio históricos en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben estas mismas. Su análisis, implica interpretar las formas simbólicas por medio del análisis de contextos y procesos estructurados socialmente.

Si esto es así, para fines de este estudio, este concepto permite concebir la cultura de consumo, como un fenómeno complejo, que requiere la comprensión de dos grandes elementos:

1) El consumo mismo y los actores que lo llevan a cabo, con los diversos objetos, acciones y expresiones y

2) El contexto y el momento en donde se manifiesta dicho fenómeno. De tal forma, en este estudio se retoma el planteamiento de Thompson para poder pensar en la existencia de una cultura de consumo específicamente en la población y contexto estudiados, es decir, jóvenes universitarios de nuestro país, en un entorno académico.

Esto implica pensar que el tema de la cultura de consumo, implica considerar conceptos fundamentales en su concepción, tales como cultura, juventud, consumo y culturas juveniles, Al considerar estos elementos para la formulación del concepto de cultura de consumo, debemos atender a la Figura 1



Las diversas definiciones de cultura, coinciden en señalar que esta se caracteriza por expresiones significativas, que incluyen las conductas, las prácticas, los valores, las creencias, las actitudes, los objetos y los significados propios de un grupo particular y compartidos por todos sus miembros, que tiene una influencia del pasado, les permite adaptarse a su medio, y condiciona en cierta forma, el comportamiento futuro. Por su parte, la juventud, inmersa en determinada cultura, se puede analizar a partir de la comprensión de sus jóvenes, entendidos como una categoría de análisis de lo social, es decir, es la forma en la que se vive la juventud, dando origen a lo que se llama culturas juveniles.

Las culturas juveniles se entienden como prácticas sociales y/o expresiones ligadas a determinadas adscripciones identitarias que se representan en un espacio, donde el consumo de alcohol y otras drogas, se vive como una práctica y expresión social de estos grupos, es decir, como un elemento identitario. Es aquí donde se plantea la comprensión de estas prácticas en los territorios escolares según (Artiaga, 2004), a partir de su diversidad y comprensión como espacios y contextos para los procesos de afirmación, confrontación y diferenciación.

De tal forma, se piensa la existencia de una cultura de consumo, como una forma más de expresión de las diversas culturas juveniles, particularmente en contextos académicos, la cual debe de ser analizada en función de las aportaciones teóricas sobre estos fenómenos, fundamentalmente, a partir de la propuesta de Thompson (1993), sobre el análisis de la cultura desde su concepción estructural.

El análisis de este fenómeno y de acuerdo con Thompson (1993), se entiende como una serie de formas simbólicas, en un entorno específico; es decir, los espacios donde se presenta el consumo de alcohol y otras drogas, tanto al interior como en los alrededores de una Institución Educativa de nuestro país.

De acuerdo con este autor, el análisis de la cultura, implica entender tres aspectos fundamentales: Las acciones, los objetos y las expresiones en un contexto y tiempo determinado, por lo que se considera viable, concebir la existencia de una cultura de consumo en un entorno universitario, a partir de la comprensión de estos tres elementos. Esto requiere, traducir cada uno de estos ejes, en una serie de categorías de análisis, que permitan llegar a una definición clara de este fenómeno, dejando en claro, que la concepción de cultura aquí propuesta, no incluye algunos elementos que pueden ser también considerados desde otras perspectivas, como parte de una cultura, tales como conocer todos los símbolos pertenecientes a este grupo, así como la realización de un nivel de análisis profundo acerca de los significados de este fenómeno.

Sin embargo, el contar con el análisis de las acciones, los objetos y las expresiones pertenecientes al fenómeno de consumo en esta población, permite entender la problemática de consumo en este contexto, inicialmente de manera descriptiva respecto al entorno que rodea a los estudiantes, y posteriormente, mediante el análisis de información cualitativa respecto a la experiencia de consumo en los escenarios donde se presenta esta conducta.

Es necesario dejar claro, que si bien, Thompson (1993) se refiere al análisis de lo que él llama formas simbólicas como el medio para poder comprender la cultura, no solo habla de los significados como eje fundamental, incluye el conocimiento de las acciones, los objetos y las expresiones que están presentes, por lo que en nuestro caso, se atiende particularmente a estos elementos como parte de la cultura de consumo.

Es así, que siguiendo esta línea, se define como cultura de consumo a: *la serie de acciones, objetos y expresiones que tienen un carácter intencional, convencional, estructural, referencial y contextual de los jóvenes universitarios en un entorno académico respecto al consumo de alcohol y/o drogas.*

Esto incluye, poder conocer también, algunas de las creencias, costumbres, rituales, hábitos, valores, ideas y significados de este grupo en particular, todo ello, en relación con un contexto y momento determinado.

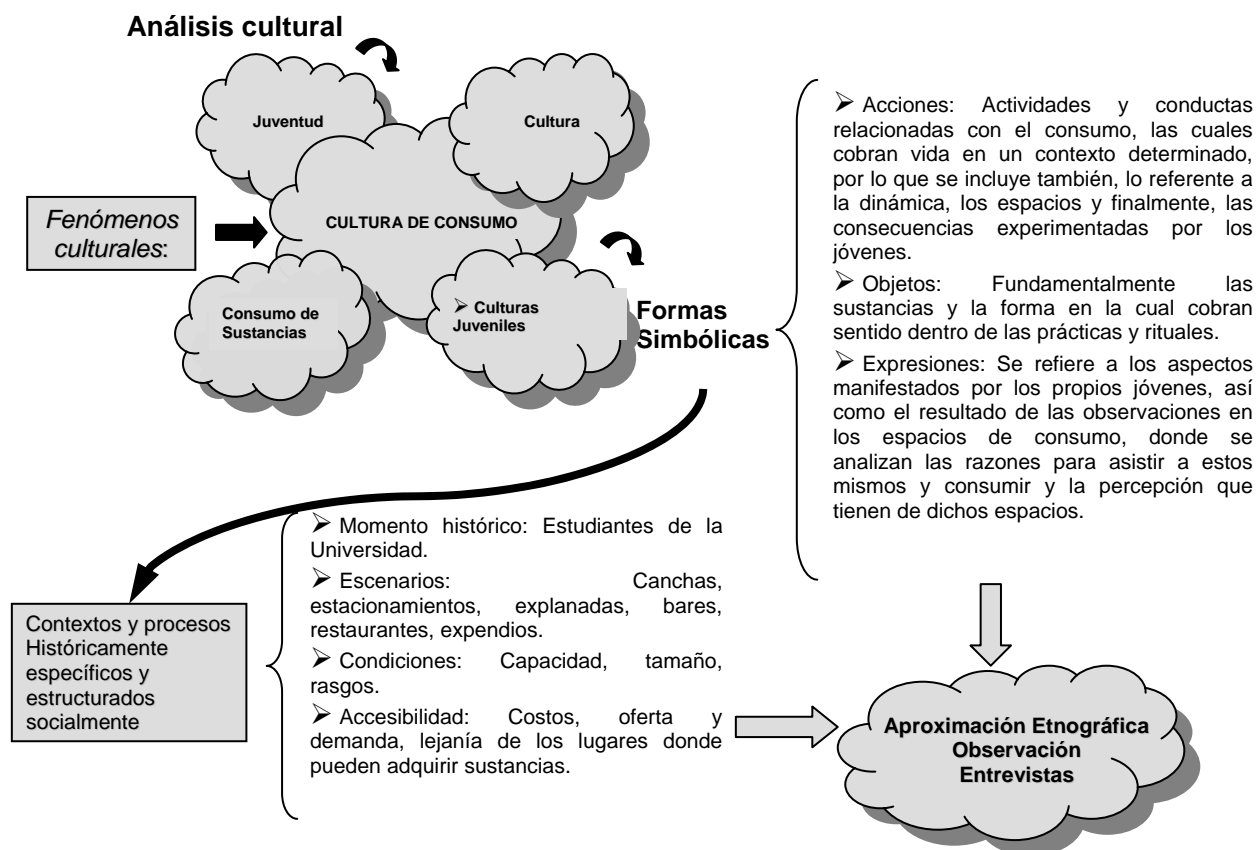
De tal forma, se plantea el análisis de la cultura de consumo, a partir de la comprensión de los elementos antes mencionados: cultura, juventud, consumo y culturas juveniles, como fenómenos culturales, dando origen a la concepción de una cultura de consumo como una forma de expresión en términos de las culturas juveniles. Al considerar esto, se piensa que para entender dicha cultura de consumo, se piensa esta, como la serie de acciones, objetos y expresiones significativas en un contexto y proceso histórico determinado.



Esto es posible, siguiendo una metodología mixta, que permita observar las características del contexto donde se presenta el consumo por un lado y conocer los aspectos cualitativos de la experiencia de consumo en voz de los propios jóvenes, a partir de observaciones etnográficas y entrevistas con consumidores.

Para dejar más clara esta propuesta, se muestra la Figura 2

**Fig. 2 PLANTEAMIENTO DEL ANÁLISIS DE ALGUNOS ELEMENTOS DE LA CULTURA DE CONSUMO**



La Figura 2, permite entender la forma en la cual se plantea la relación y análisis de algunos elementos de la cultura de consumo desde la perspectiva de Thompson (1993), donde se puede observar que el fenómeno de consumo puede ser entendido como una serie de formas simbólicas entendidas estas, como las diversas Acciones, Objetos y Expresiones inmersas en un contexto y momento histórico determinado, es decir, los lugares donde cobran vida estas formas simbólicas y el momento en el cual se manifiestan.

De tal forma, se plantea el conocimiento de lo que hemos llamado la cultura de consumo a partir de esta comprensión conceptual y metodológica, por lo que en la Fase I y II, se muestran los resultados de los hallazgos de este estudio a partir de la comprensión del contexto en el cual se manifiesta.

Todo esto permite entender la forma en la que los jóvenes están vivenciando esta experiencia y la forma más adecuada de atender esta problemática, a partir de la comprensión de las diversas estrategias que se han diseñado para atender este fenómeno, por lo que el siguiente capítulo muestra una revisión del concepto de prevención desde una perspectiva fundamentalmente contextual.

## **CAPITULO IV**

### **Estrategias e intervenciones desarrolladas para atender la problemática del consumo de alcohol**

Este capítulo aborda el tema de la prevención del consumo de alcohol desde una perspectiva que analiza las diversas estrategias de intervención para reducir esta problemática en contextos determinados. Se incluye también, una revisión de los aspectos involucrados en la promoción del consumo de alcohol en los jóvenes particularmente, así como un análisis de las alternativas existentes para incidir sobre este fenómeno.

Hablar de prevención es mencionar toda aquella actividad encaminada a evitar que algo suceda. Prevenir significa, en pocas palabras, preparar o disponer lo necesario para lograr un fin. Implica un proceso que pone en marcha los medios o condiciones apropiadas para impedir la aparición o surgimiento de un problema.

Para alcanzar las metas planeadas en este sentido, se requiere de la cooperación de diferentes instancias de acuerdo con su ámbito de acción. Las instancias del sector educativo y de salud pueden intervenir desalentando y/o educando en la adquisición de patrones de consumo moderados por quienes ya consumen, previniendo patrones abusivos en quienes aún no lo hacen; así como proporcionando tratamientos y rehabilitación a los adictos. De esta manera la tarea preventiva constituye un proceso integral e interinstitucional.

No obstante, los problemas relacionados con el consumo de alcohol y sus posibles alternativas de prevención tienen lugar en un escenario social contradictorio. Por un lado, la sociedad permite, propicia y se podría decir que promueve el consumo de alcohol. En el país, por ejemplo, el consumo de alcohol es permitido y fomentado por los padres de familia, como símbolo de masculinidad

(Medina-Mora, Gutiérrez y Vega, 1997). Mientras que por otro lado, la misma sociedad y sus instituciones se ven obligadas a generar respuestas para enfrentar las consecuencias médicas, sociales y familiares que el consumo excesivo de esta sustancia genera.

Entre las respuestas para hacer frente a este fenómeno se encuentran los programas de prevención, clasificados bajo nuevas definiciones en el campo, mismos que son descritos de acuerdo al público para el cual están diseñados. Anteriormente se dividía la prevención en primaria, secundaria y terciaria; sin embargo, al considerarse esta como confusa, se dejó de lado para tomar la propuesta de Gordon (1987) sobre un continuo en el cuidado de la salud clasificado en tres partes, la prevención, el tratamiento y el mantenimiento; a su vez, la prevención se divide en universal, selectiva, e indicada (Gordon, 1987; Mrazek y Haggerty, 1994).

La prevención universal está dirigida a la población en general o en su totalidad. El objetivo de este tipo de prevención es evitar que la población experimente el consumo de sustancias. Las estrategias empleadas son el uso de mensajes y programas creados para impedir o retardar el uso de sustancias; facilitando la información y las habilidades para enfrentar asertivamente el problema. Bajo esta perspectiva, todos los miembros de la población comparten más o menos el mismo riesgo de presentar el problema, aunque por supuesto existan obvias diferencias internas. Este tipo de prevención se ofrece a una población que pueda beneficiarse de ella, sin necesidad de hacer algún tipo de detección de riesgos específicos.

La prevención universal comprende todas las acciones encaminadas a disminuir la aparición de nuevos casos, evitando el inicio de consumo de sustancias, y se complementa con la prevención selectiva, la cual pretende impedir el desarrollo de una adicción o trastornos asociados al abuso de sustancias, mediante su detección oportuna.

La prevención selectiva se dirige a los grupos o subgrupos de la población que tienen el riesgo de desarrollar un trastorno o se consideran con mayor riesgo de abusar de sustancias, como pueden ser los hijos de padres que usan drogas o alcohol, estudiantes con calificaciones reprobatorias, jóvenes desertores de la escuela, etc.

Este tipo de prevención se aplica a todo el subgrupo identificado como de alto riesgo, sin considerar las diferencias específicas de cada miembro, puesto que aunque éstas existan, el grupo en sí, requiere más atención que la población en general.

La prevención indicada, por último, está diseñada para aquellas personas que ya están experimentando con las drogas o exhibiendo otro tipo de comportamiento arriesgado, y que muestran ya los primeros signos de daño causados por el consumo. El objetivo de tal prevención es ofrecer programas al tipo de personas en quienes ya se ha identificado un daño, quienes no necesariamente son abusadores de sustancias, pero presentan factores de riesgo que claramente aumentan su probabilidad para serlo. Las estrategias que se emplean en estos programas están enfocadas no sólo a disminuir el consumo, sino también a detener el desarrollo de los problemas asociados a través de diversos modelos.

En materia de prevención de abuso de alcohol y alcoholismo, existen diferentes modelos de abordaje, éstos son: a) Modelo de salud pública, b) Modelo de control de consumo, c) Modelo psicosocial, y d) el Modelo sociocultural.

La aproximación o modelo de salud pública, tradicionalmente se ha orientado a disminuir las cifras de ocurrencia de una enfermedad o desorden en una población definida. Las intervenciones de prevención generalmente se ven como intentos de alterar un agente, un huésped, individuo, o un factor ambiental, que contribuye a la problemática del alcohol o, por el contrario, a explotar un factor que reduce el riesgo (Hawkins, Catalano y Miller, 1992).

Existen dos hipótesis sobre sus mecanismos de acción: a) mecanismo riesgo/protector, en la que se supone que la exposición a un factor de riesgo está mediada por la presencia de un factor protector y, b) mecanismo protector/protector, que supone que un factor protector potencia otro, fortaleciendo sus efectos. Los factores de riesgo identifican a los grupos más vulnerables (quién), mientras que los factores de protección indican el camino a seguir en la prevención (cómo).

El modelo de control de consumo es aquel que menciona que el alcohol es el responsable de todos los problemas asociados al mismo, por lo que supone que al eliminar el alcohol, se acabarán los problemas. La finalidad de los programas o políticas basadas en este modelo es la de disminuir el consumo de alcohol a partir de la reducción de la disponibilidad del mismo. En esta lógica, entre más alcohol se beba mayores serán los problemas; de ahí se infiere que menos alcohol provocará menos problemas, relación no tan clara o probada, como cabría esperar.

El modelo sociocultural es un modelo que pretende incidir sobre el consumo de alcohol de los sujetos, a partir de la modificación de creencias y actitudes. De acuerdo a diversos estudios etnográficos y antropológicos se ha demostrado que los comportamientos alrededor del consumo de alcohol son aprendidos y se adaptan a las expectativas del grupo. El enfoque sociocultural menciona que el alcohol no es un problema, sino el abuso del mismo es el que ocasiona problemas, y que para reducirlo, se debe educar a la población.

El modelo psicosocial otorga mayor importancia al papel del individuo como elemento activo en la tríada descrita en el modelo de salud, y en su consumo de bebidas con contenido de alcohol. Éste modelo considera importante que el individuo identifique su patrón de consumo (cantidad, frecuencia y forma de uso) así como las consecuencias que su consumo genera en cada una de las áreas de su vida y en la interacción con otras personas. Esta variante propone medidas que

fomenten los estilos de vida saludables. Dentro de este último modelo, ha surgido una variante desde una óptica integradora (modelo bio-psico-social) en la que se consideran, junto a los componentes cognitivos y afectivos, los aspectos ambientales que configuran la realidad social o contexto en la que se enmarca el sujeto, incluyendo de igual modo, sus componentes biológicos.

Se ha observado que los programas de prevención más exitosos son aquellos que se basan en las características del fenómeno en cada escenario. El uso de las drogas es un fenómeno que cambia continuamente y que se manifiesta de manera distinta en los diferentes grupos de población. Por lo tanto, la investigación epidemiológica es indispensable para conocer la magnitud del problema y sus tendencias, y para dilucidar cuáles son los factores que influyen en la experimentación y en el abuso de sustancias, y también para saber cuáles son los que protegen de incurrir en estas prácticas (Villatoro, Medina Mora, Rojano, Fleiz, Bermúdez, Castro, y Juárez, 2002).

Es importante también, mencionar que el consumo excesivo de alcohol ha agudizado la magnitud de los problemas de salud pública así como las tendencias de consumo peligroso en los jóvenes. En este sentido, resulta relevante señalar que el consumo de alcohol en los estudiantes representa una parte importante de su experiencia escolar. Diversos estudios reportan que el alcohol es la droga que más se consume en diferentes entidades educativas y que una gran proporción de estudiantes lo consumen (Black, Ausherman, Kandakai, Lam y Jurjevic, 2004).

La adolescencia como bien se sabe, es una etapa especialmente favorable para consumir drogas debido a la curiosidad y a la búsqueda de sensaciones nuevas como un mecanismo para enfrentarse a los problemas emocionales, por su rebeldía a las autoridades, y por el proceso de búsqueda de la propia identidad, que frecuentemente se relaciona con la sensación de invulnerabilidad que acompaña esta etapa. Sin embargo, es un hecho que no a todos los jóvenes los afecta de igual manera. La mayoría no usa drogas, una gran proporción

experimenta con ellas para luego abandonarlas, y aunque un porcentaje menor continúa utilizándolas sólo algunos tienen problemas con ellas; pero es fundamental evitar que esto ocurra.

La necesidad de conocer la evolución del problema y abordar en forma específica a la población estudiantil es importante, ya que de acuerdo con De la Fuente (1992) y Medina-Mora, Gutiérrez y Vega (1997), la mayoría de las personas empiezan a consumir sustancias psicoactivas en la adolescencia, y entre los factores de riesgo que tienen estos jóvenes para consumirlas, se han identificado los siguientes: pertenecer al sexo masculino, asociarse con consumidores de drogas, ausentarse frecuentemente de la escuela, falta de compromiso con la misma, percepción de falta de afecto parental, poco apego y supervisión de los padres, prácticas de manejo familiar incongruente, padres que consumen drogas o alcohol, búsqueda de sensaciones nuevas, y problemas emocionales y conductuales, entre otros (Rojas-Guiot, E., et.al., 1999).

Esto implica que a mayor cantidad de factores de riesgo a los que esté expuesto el individuo, más probabilidades habrá de que consuma drogas. De esta forma, el entorno social en el que se ubica el fenómeno del consumo de drogas, como la familia, las creencias, las actitudes, las normas, las costumbres y, en general, el medio en el cual se desenvuelve el sujeto, son variables que ayudan a comprender y a explicar esta problemática (Rojas-Guiot, E., et.al., 1999).

Es así que se han empleado diversas estrategias tanto para la prevención como para la reducción del consumo de sustancias, algunas de las cuales han mostrado ser efectivas en cuanto a la reducción de problemas relacionados con el consumo. Las diferentes aproximaciones metodológicas empleadas para evaluar el impacto de estas estrategias incluyen estudios experimentales, investigación por encuesta, análisis de archivos y estadísticas oficiales, análisis por series de tiempo, investigación cualitativa y experimentos naturales. Los métodos de investigación cuantitativa, como las encuestas sociales, pueden complementarse



por estudios cualitativos, como lo es la entrevista etnográfica, la observación participante, los estudios de caso, los grupos focales.

Las políticas sobre el alcohol se definen como cualquier esfuerzo poderoso por parte de los gobiernos o grupos no gubernamentales que minimizan o previenen las consecuencias asociadas a su consumo. Dichas políticas pueden involucrar la implementación de estrategias específicas (por ejemplo, el incremento a los impuestos de las bebidas alcohólicas) o la asignación de recursos que reflejan prioridades sobre los esfuerzos de prevención o tratamiento.

Pero para poder entender lo que se necesita hacer bajo esta perspectiva, es necesario atender a información que muestre qué ocurre alrededor de esta problemática, por lo que se puede mencionar en primer término, el papel de la publicidad respecto a la promoción y venta de alcohol.

Las estrategias cada vez más complejas y sofisticadas del mercado tienen un impacto importante en los estilos de vida y en los patrones de consumo que tienden a simbolizar la identificación cultural. El incremento en los años que permanecen los jóvenes en la escuela y la ausencia de oportunidades de trabajo, han dado lugar a que pasen mucho más tiempo en un estado de semidependencia y en la compañía de sus pares, factor que, a su vez, ha ejercido una influencia importante en los estilos de vida y en los productos con los que se identifican. No es de extrañar entonces, que la estrategia de la industria alcoholera en la búsqueda de nuevos mercados entre los jóvenes haya impactado sus estilos de vida normalizando el consumo de bebidas alcohólicas (Rojas-Guiot, E., et.al., 1999).

La necesidad de vender productos desde una función de signo-mercancía, implica estrategias de mercado que se transmitan a través de los medios masivos de comunicación. Estos están enfocados hacia públicos particulares de consumo, aun cuando no se encuentren en armonía con las lógicas del mercado. Desde la

publicidad, una marca determinada busca vender más allá de su producto, una actitud, un deseo y un referente identitario, en torno al cual se legitiman y reconfiguran estilos particulares de vida.

Diversos estudios han encontrado que la conducta de beber se incrementa más con la presencia de la publicidad de las bebidas; aunque esto no se observó en niños entre 10 y 13 años, si fue muy notorio en adolescentes de 14 años en adelante. Sin embargo, la mayoría, después de ser expuestos a una serie de comerciales de cerveza en la televisión, tenían ideas positivas en relación con el beber, y dichas ideas se unieron a los planes futuros sobre el uso del alcohol (Slater y Doménech, 1995; Slater Murphy, Behavais, et al., 1995).

Estos hallazgos también revelaron que se percibe al bebedor típico como una persona divertida, amorosa, feliz y guapa; a su vez, se asocia con las actitudes más favorables con respecto a las cantidades, situaciones, y beneficios de beber, entre los que destacan el conocer a personas, desenvolverse con amigos y ser “cool”; según un estudio de 1980 un tercio de los adolescentes entrevistados reportaron que no creían que el beber alcohol fuera malo para su salud (Atkin y Block, 1981, 1984).

Otro aspecto importante es que se ha observado que la exposición a la gran publicidad sobre alcohol que existe, ha modificado la forma en que se percibe la cantidad y a veces en que se bebe; se cree incluso que se bebe más de lo que se reporta, por lo que les parece normal, beber una vez a la semana.

Se ha hecho énfasis en que las campañas publicitarias están dirigidas a jóvenes y se ensalzan cuestiones importantes para ellos, como son el compañerismo social y la aceptación de los pares. De igual manera, se han identificado dos situaciones pertinentes a las actitudes en relación con el alcohol: entrar en la acción social y el escape psicológico. Se ha encontrado que los anuncios de cerveza se enfocan fuertemente en los temas de masculinidad: la

amistad entre los varones, deportes masculinos, y el orgullo nacional (Slater, Rouner, Murphy, et al., 1996; Slater, Rouner, Domenech-Rodriguez, et al., 1997).

Se busca por tanto, entender el consumo que se da en los grupos, resultado de manifestaciones particulares que son re-significadas por la industria y vendidas como artículos de consumo, dirigido a sectores particulares.

Un aspecto que se resalta es la nueva influencia que tiene Internet en cuanto al impacto mediático, por su naturaleza visual e interactiva, así como al gran número de personas que puede abarcar dada la globalización y el aspecto mundial de la red.

Esta nueva forma de consumo, entre los jóvenes principalmente, se caracteriza por una mayor amplitud de opciones de productos y medios informativos (medios electrónicos de comunicación de masas o virtuales como el internet); se define así mismo por una condición socioeconómica que les da la capacidad de comprar; el escenario en el que se mueven está basado en la abundancia de la información y la proliferación de las imágenes. No obstante, hay que resaltar que si bien es cierto la información se pone a disposición, el acceso a ésta se mantiene regulado. De este modo, que exista un aumento en la información no implica que las personas en general estén más informadas. Se cree que más bien hay un incremento en los medios y soportes para difundir esa información, no así en la calidad de la misma. Este aspecto va de la mano con el incremento de la publicidad y la exhibición de bienes, y en donde se actúa bajo la lógica del signo-mercancía y se reconfiguran sus significados.

Dentro de las estrategias empleadas para la reducción del consumo de sustancias así como de los problemas asociados a éste, se encuentra la regulación de los precios e impuestos. Esta estrategia ha sido de las que con mayor frecuencia se ha empleado para controlar los problemas asociados al consumo del alcohol, debido a que se ha observado consistentemente que el

empleo de éstas muestra una reducción significativa tanto en el consumo de alcohol como en los problemas asociados a éste.

Del mismo modo, el aumento de las tasas de impuestos por lo general conduce a un incremento de precios de las bebidas alcohólicas, y este aumento en las bebidas por lo regular lleva a una reducción de su consumo.

Cook (1981) reportó un decremento en los precios de bebidas alcohólicas a lo largo de los años, los precios de la cerveza declinaron un 7% de 1982 a 1990. En este mismo periodo, también se encuentra una reducción de los precios del vino de 21% y del 32% para los destilados. Estos hallazgos son importantes, ya que algunos estudios han mostrado que un incremento en el precio de las bebidas alcohólicas generalmente se asocia al decremento en el consumo de este tipo de sustancias, y que el decremento en los precios usualmente se relaciona con el incremento del consumo de alcohol.

Por otro lado, varias investigaciones reportan que el incremento en los impuestos de la cerveza, reduce significativamente tanto la frecuencia con que los jóvenes beben como la probabilidad de que beban una mayor cantidad (Laixuthai y Chaloupka, 1993), y los precios de la cerveza tienen un efecto significativo en que beban los menores así como las estudiantes universitarias (Chaloupka y Wechsler, 1996).

Del mismo modo, en un intento por determinar la relación entre los impuestos a las bebidas alcohólicas y los problemas asociados al consumo, particularmente en población joven, Saffer y Grossman (1987) examinaron el impacto del consumo excesivo de cerveza en los accidentes automovilísticos. Los autores concluyeron que el incremento en los impuestos a la cerveza se asocian con la reducción de los accidentes automovilísticos con resultados fatales. Por su parte, Kenkel (1993) reportó que el incremento del 10% en el precio de bebidas

alcohólicas en los Estados Unidos redujo la probabilidad de manejar en estado de ebriedad en un 7% para los hombres y en un 8% para las mujeres.

Otra estrategia que se ha empleado para la prevención y reducción del consumo de sustancias es la *regulación de la accesibilidad física a las sustancias*. La accesibilidad física se refiere a la accesibilidad que tiene la persona hacia el producto. Esta ha tenido implicaciones para prevenir problemas asociados al alcohol a través de controles en las condiciones de venta de bebidas. Los establecimientos pueden vender de manera formal e informal las sustancias (específicamente el alcohol); la venta de manera formal puede estar regulada por el gobierno, lo cual puede reflejar aspectos sociales como salud, seguridad y orden público, lo que puede generar límites en los horarios de apertura o en los días que se da servicio, en la localización y apertura de nuevos establecimientos.

Por otro lado, están los establecimientos que venden de manera informal, los cuales representan un menor número del total. La experiencia ha mostrado que el extremar las restricciones de la accesibilidad a las bebidas alcohólicas puede decrementar el consumo y los problemas asociados al mismo. No obstante, para la mayoría de los países desarrollados, la prohibición total no es una opción políticamente aceptable, aunque el potencial de reducción de problemas existe. Sin embargo, se han aplicado con éxito, la prohibición de venta de alcohol a determinada población (por ejemplo, niños y adolescentes), o en ciertas circunstancias.

Algunos estudios han demostrado que el control de la accesibilidad a bebidas alcohólicas puede contribuir a la reducción de problemas asociados al consumo. La reducción en las horas y días de venta, la cantidad de establecimientos que venden las bebidas, y las restricciones en el acceso al alcohol, se han asociado con reducciones significativas tanto en el consumo de alcohol como en los problemas asociados (Saffer y Grossman, 1987).

*Modificar el contexto del consumo* es otra estrategia que se ha empleado para la reducción del consumo de sustancias. El consumo de alcohol tiene lugar dentro de los contextos social, cultural y comunitario, por lo cual el consumo excesivo y los problemas asociados pueden modificarse por medio de estrategias que modifiquen el contexto. Una forma de prevención directa en lugares de riesgo de consumo es controlar el otorgamiento de licencias en los establecimientos de alto riesgo. Este tipo de estrategias ha sido uno de los aspectos principales de las políticas de prevención del consumo de alcohol con el propósito de reducir los problemas asociados a éste.

Se están desarrollando e implementando con mayor frecuencia las intervenciones centradas en reducir los daños del consumo de alcohol. Dentro de las intervenciones más eficaces, hasta el momento, se encuentran aquellas regulaciones en torno al servicio y la responsabilidad legal tanto de los trabajadores como de los propietarios de establecimientos (como bares). Dentro de las estrategias de prevención, se encuentran los programas de enseñanza a trabajadores y propietarios de bares, cuyo objetivo es prevenir la intoxicación y el consumo de menores; los resultados de estos programas han demostrado una reducción del consumo de alto riesgo y de los bebedores problema.

Por otro lado, están aquellas estrategias enfocadas a reducir la frecuencia con la que los jóvenes beben alcohol y conducen vehículos, ya que esta combinación da como resultado accidentes que pueden cortar la vida. Una de estas medidas es el *BAC* que es el *índice de concentración de alcohol en la sangre*. Dicho índice, además de medirse por medio de estudios de sangre, también se mide por el famoso “alcoholímetro”, vía un análisis de la exhalación. Sin embargo, este BAC está en relación con la cantidad de alcohol que se ha ingerido, así como con el peso del individuo y la presencia de comida en el estómago. Diferentes países han establecido un límite máximo con el que se le permite conducir a una persona, que va desde 0.05% y 0.08% en el BAC. De estar en estos índices o superarlos se arresta al conductor. En cuanto a los jóvenes

conductores (16-20 años según el país) el límite es de 0.01 a 0.02% (Borkenstein, Crowther, Shumate, et al., 1974).

Para un mejor funcionamiento de esta medida, se han realizado diversos estudios en donde este índice (BAC) se relaciona con muestras al azar, sobretodo en la noche y en horas de ocio; según los diversos estudios realizados, sobre todo en países desarrollados, esta medida es uno de los mayores éxitos en relación a la salud pública.

Otra estrategia es la llamada *disuasión* que es el aumentar la percepción de probabilidad de que el conductor que bebe sea castigado. Sin embargo, esto se relaciona con la rapidez y la severidad del castigo. Se menciona que es muy importante que exista una certeza del castigo, aunque éste sea moderado: un castigo que aparece como uno de los que más éxito han tenido, es la detención y aprehensión de la persona; de igual modo, la suspensión e incluso la anulación de la licencia de conducir o diversas multas. Se sugiere que para que exista una disuasión más elevada, estas medidas deberían de ser más visibles y públicas.

El *programa del conductor designado* es otra estrategia que se ha empleado. Este consiste en que una persona dentro de un grupo, no bebe y se hace responsable del automóvil; otra variante de esta estrategia es el servicio de transporte de una persona ajena al grupo, como por ejemplo, un taxi. Esta última es la que se considera la más práctica, pues no se tiene que planear mucho. La evidencia sugiere que el uso de todas las medidas anteriores ha afectado de un 5 al 30%, la reducción de los problemas relacionados con los conductores y el alcohol, sobretodo, en programas mixtos (McKnight y Voas, 2001; Ross, 1992;).

Otro aspecto que se debe tomar en consideración, es la *regulación de la publicidad* de las sustancias, ya que existe evidencia de que el consumo incrementa con la presencia de la publicidad. Por ejemplo, un grupo de adolescentes que fueron expuestos a una serie de comerciales de cerveza en la

televisión percibieron positivamente el hecho de consumir esta sustancia (McKnight y Voas, 2001; Ross, 1992;).

Finalmente, otra serie de estrategias que se han empleado son las enfocadas en la *educación y en las estrategias de persuasión*. Este tipo de métodos se enfocan en dar información sobre las posibles consecuencias del consumo de sustancias. Por ejemplo en México, se ha optado por poner advertencias en los envases y etiquetas de las sustancias. En relación a esto los estudios han mostrado que la información logró un aumento en el conocimiento en los jóvenes debido a la exposición y al reconocimiento de advertir la información de las etiquetas; sin embargo, este incremento en el conocimiento no fue significativamente eficaz para prevenir el consumo del alcohol en los bebedores más frecuentes (Ayres y Braithwaite, 1992).

Estas estrategias consideran: 1. El conocimiento cambiante sobre el alcohol y riesgos relacionados a beber. 2. Las actitudes cambiantes con respecto a beber de una forma que permita reducir riesgos. 3. Cambiar la conducta del que bebe y 4. Bajar la frecuencia o gravedad de los problemas relacionados con beber, así como valorar los recursos y apoyos para las políticas de salud pública.

Se ha observado el papel de la mercadología a favor del alcohol por lo que algunos investigadores coinciden en que las campañas que se han implementado tienden a ser simplistas, sensacionalistas y dramáticas. Los medios de comunicación se enfocan en las historias sobre las personas como individuos en lugar de centrarse en el alcohol y en su perspectiva social (Ayres y Braithwaite, 1992).

Se cuestiona el hecho de que muchas de las campañas están patrocinadas, con el objetivo de anunciar su producto, lo que hace que pierdan aun más credibilidad, por lo que en algunos países se ha optado por poner advertencias en los mismos envases y etiquetas de los productos y bebidas alcohólicas. Se ha



observado que en la publicidad de las cerveceras, la mayor parte de la información sobre el alcohol esta dirigida a los jóvenes.

En relación a esto, los estudios han mostrado que la información logró un aumento en el conocimiento de los jóvenes dada la exposición y el reconocimiento de la advertencia en las etiquetas. Sin embargo, no hubo ningún cambio sustancial, en el uso del alcohol o creencias sobre los riesgos descritos en las etiquetas. Concluyen que el uso de advertencias en las etiquetas no es significativamente eficaz para prevenir el consumo del alcohol entre los grandes bebedores. Es posible que el impacto de advertir por medio de las etiquetas pueda reforzarse combinándolo con otras estrategias (Saffer, 1991).

Uno de los programas en los que se enfocan más, es el que está dedicado a las escuelas, dada la importancia de cambiar las creencias, actitudes y conductas de los adolescentes en cuanto al consumo de alcohol. De igual forma se pretende modificar factores como las habilidades sociales y la autoestima. Hay evidencia de que proporcionando información sobre los peligros que tiene el uso de diferentes drogas, sobretodo los psicotrópicos, puede en algunos casos aumentar su consumo. Dicha información puede despertar la curiosidad en los compradores de riesgo o aquellos que buscan aventuras, por lo que los resultados pueden ser contradictorios.

La psicología social aporta mejoras a este método con la intención de inocular a los jóvenes contra las adicciones enfocando el reforzamiento de la resistencia contra las presiones sociales y resaltando las consecuencias sociales a corto y mediano plazo. Sin embargo, en investigaciones recientes, se encontró que las presiones sociales directas no son responsables de los jóvenes bebedores, pero si las presiones sociales más sutiles. De esto se desprenden los programas de educación normativa que tienen dos metas: 1. Corregir la tendencia de estudiantes que sobreestiman la cantidad de alcohol que se bebe en su grupo de pares y 2. Cambiar el nivel de bebida aceptable (Austin y Jonson, 1997).

Algunos programas incluyen dos niveles de educación, a nivel individual (habilidades de resistencia, alfabetización, educación normativa) y a nivel familiar-comunidad (comunicación de los padres, reglas familiares, entrenamiento de líderes comunitarios, programas de 10 a 13 sesiones en escuelas),

Diversos programas específicos implementados en varias universidades de Estados Unidos, han aportado clara evidencia sobre la relación entre un aumento del conocimiento de los riesgos de beber y los problemas de alcoholismo entre estudiantes (Hansen y Grahman, 1991). Sin embargo no hay datos científicos que avalen la efectividad de aquellos que tienen problemas graves de alcoholismo. Una de las conclusiones de este tipo de programas es que parecen tener un efecto menos comparado con el costo que implican.

Finalmente, la literatura reporta que para los problemas típicos del alcohol existen más de 40 modalidades de tratamiento que van de la farmacoterapia a la terapia de pareja o familiar. Algunas de éstas, basadas en la propuesta de los Doce Pasos de Alcohólicos Anónimos. Dichos tratamientos son proporcionados en diversas instituciones o centros en los que se puede dar una integración de los mismos y donde se puede proporcionar ayuda entre organizaciones. Existen estudios que han evaluado los diversos tratamientos; existen grandes diferencias en cuanto al tipo, calidad y duración de los tratamientos, dependiendo de las ciudades en donde se desarrollen pues interviene la cultura y el aspecto económico. Algunos países han trabajado en conjunto los problemas relacionados con drogas y el alcohol, aunque aun existen países que los tratan por separado (Miller, Brown, Simpson, et al., 1995).

Algunos de estos tipos de intervención incluyen: 1. Intervención dirigida a bebedores de alto riesgo relacionados con la información y la promoción de la abstinencia y 2. Tratamientos especializados, que incluyen profesionistas y organizaciones de todo tipo en busca de la salud social, física y mental. Sin embargo, esto no descarta el hecho de que muchos de los pacientes se muestran

renuentes a algún tipo de tratamiento, aunado a que diversas instituciones fundamentalmente no gubernamentales, no tienen financiamiento suficiente para cubrir las necesidades de la población.

Por otra parte, se ha reconocido que las intervenciones basadas en el Modelo de AA, son una buena opción para aquellos sujetos que presentan niveles de dependencia significativa y que han fracasado bajo un tipo de intervención menos intensiva.

Respecto a los costos de las diversas intervenciones, se puede mencionar que éstos se relacionan con el tiempo y tipo de tratamiento, puesto que algunos de ellos suelen ser más costosos y por ende, menos accesibles al grueso de la población. De acuerdo a estudios en otros países, se ha encontrado que el costo por día de un hospital puede ser hasta \$585 dólares mientras que en un programa social puede llegar a los \$6 dólares por visita. Sin embargo, según la evidencia, los programas que requieren más tiempo parecen ser los que tienen mejor resultado (Holder, Longabaugh, Miller y Rubonis, 1991; Goldman et al., 1987).

Por lo que se piensa que existe una relación importante entre las características, forma y sentido de la publicidad sobre el alcohol y su influencia en el consumo de los jóvenes. De forma llana, las campañas publicitarias están buscando reafirmar estilos de vida juveniles comercializables, que incluyan aspectos particulares.

De tal forma, se puede pensar que existe la regulación de las estrategias de las marcas y productoras de alcohol, que se desarrollan a través de la televisión, la radio, anuncios, puntos de venta e internet. Se ha observado que estas estrategias buscan asociar el consumo con diferentes deportes, estilos de vida e identidades del consumidor. Esto se da mediante una mezcla de imágenes y valores, por lo que se plantea la pregunta de si se debe interferir en la regulación del interés del público, o debe centrarse en la regulación de la industria.

---

Lo anterior contribuye a que se formen referentes identitarios y lógicas del deseo (Barman, 2005), como resultado de un proceso, que a grandes rasgos inicia con la intención de vender un producto (comercialmente), que con el tiempo busca cierta exclusividad (lo que da la marca) y trasciende ese hecho para generar símbolos (estilos de vida), hasta conformar necesidades masivas de consumo (dentro de lógicas del deseo). Las marcas y estilos de vida generados por estas tienen la capacidad de unificar el gusto y vender productos que están enfocados en ampliar o solventar cierto tipo de necesidades o inclinaciones (a veces reales, otras impuestas).

Lo anterior muestra que la publicidad eficaz opera cada vez más al nivel simbólico, intuitivo de conciencia, y los anuncios de alcohol pueden usar un mínimo de información para evocar los significados culturales en las mentes de los espectadores; por ejemplo, usando o patrocinando eventos como deportes o figuras públicas representativas, e incluso dibujos animados.

Finalmente, en cuanto a la autorregulación por parte de las empresas, se observa que ésta sólo se da en un límite, y principalmente se da bajo amenaza de intervención gubernamental. Las controversias se encuentran por ejemplo, en el uso de dibujos animados, en anuncios referentes a días festivos o con situaciones relacionadas con violencia contra las mujeres. La legislación que restringe los anuncios del alcohol está bien establecida internacionalmente.

Algunas prohibiciones actuales son parciales, mientras otras sólo aplican en ciertos horarios de televisión o en otros medios de comunicación. Sin embargo estas leyes han sido rebasadas por la presencia en muchos niveles sociales de mensajes con contenidos que hacen referencia a dichas conductas en la población.

---

Aunado a esto, se requiere considerar y analizar, cuales han sido las diversas estrategias implementadas específicamente en entornos académicos para resolver el problema de consumo dentro y en los alrededores de las distintas Universidades, particularmente de otros países, dentro de estas, y de acuerdo con The Nacional Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA) existen diversas acciones dentro de las cuales destacan:

A nivel de intervención, se considera el empleo de estrategias motivacionales breves, con el objetivo de mostrar a los estudiantes, las desventajas y consecuencias que les ocasiona el consumo a lo largo de su trayectoria académica con lo que se pretende reducir dichas consecuencias. Estas alternativas han demostrado resultados favorables con este tipo de población y en contextos médicos (Dimeff y McNeeley, 2000).

Otra estrategia consiste en ofrecer información a los estudiantes acerca de las creencias sobre el consumo de alcohol, muchas de las cuales se relacionan con los efectos y consecuencias placenteras del consumo, con el objetivo de modificar dichas creencias y expectativas en los estudiantes, esto a través de programas informativos.

Por otra parte, y dentro de las medidas ambientales aplicadas en contextos universitarios que han demostrado mejores resultados, se encuentran aquellas que modifican la edad en la cual se les puede vender alcohol a los jóvenes (Toomey y Wagenaar, 2002). También se ha utilizado la modificación de las leyes para reducir el consumo de alcohol en aquellos que conducen. Por otro lado, se establecen restricciones para otorgar determinado número de licencias para establecimientos que venden alcohol alrededor de las escuelas; incrementar el precio y los impuestos a las bebidas con contenido alcohólico es otra medida implementada.

---

Aunado a esto, se ha buscado establecer políticas que promuevan responsabilidad social de aquellos que venden alcohol, desde estrategias para que las medidas de cada bebida sean estándares en todos los lugares, hasta promover el consumo de bebidas sin alcohol o con bajo contenido; el ofrecer alimentos mientras se bebe y cuidar que no se den estados de intoxicación en los jóvenes.

Otra de las medidas establecidas en las universidades y que han dado buenos resultados, tiene que ver con que los Directores de cada escuela se involucren activamente en las diversas estrategias implementadas, una de las cuales consiste en promover eventos culturales, musicales y fiestas, donde el consumo de alcohol esta permitido, de manera controlada y supervisada, tanto en la cantidad como en quienes asisten a dichos eventos.

Como se ha mostrado, todas estas estrategias, impactan la forma en la cual se manifiesta el consumo en los contextos académicos, por lo que se hace necesario considerarlas al momento de desarrollar propuestas locales, esto a partir del conocimiento del entorno y el contexto donde se presenta, por lo que como resultado de este estudio, se presentan una serie de alternativas para contribuir en la solución de esta problemática.

Estos hallazgos, muestran la importancia de considerar diversos aspectos al momento de plantear estrategias de intervención en términos contextuales, toda vez que la evidencia revela las ventajas de algunas de estas alternativas, no sin antes considerar que a pesar de que a los jóvenes se les ha colocado en una posición subalterna desde las culturas hegemónicas, esto no implica que exista una neutralidad en cuanto al modo en que reciben o adoptan la influencia de las estrategias de mercado.

Es así que se requiere pensar en la forma en la que las diversas estrategias utilizadas pueden orientar una serie de propuestas en materia de políticas públicas

al interior de las distintas instituciones educativas de nuestro país, inicialmente de manera local, de manera tal, que no se conviertan en esfuerzos aislados para abordar este fenómeno.

Entender la forma en la que la modificación contextual puede contribuir a esto, incluyendo la regulación de los precios y los impuestos sobre la venta de bebidas alcohólicas en los alrededores de dichas instituciones, así como la accesibilidad física que pudiesen tener los jóvenes a estos espacios de consumo, aunado a ciertas medidas directas, como el uso del “alcoholímetro” y las consecuencias que pudiera tener el consumir particularmente dentro de las instalaciones de una institución educativa, acompañadas todas estas estrategias de programas para incrementar la percepción de riesgo tanto de las consecuencias como del consumo mismo, por parte de los estudiantes.

---

## **Método**

### **Objetivo General**

Caracterizar el contexto de consumo de alcohol en una Institución universitaria y analizar la dinámica y experiencia de consumo que presentan los estudiantes en los escenarios a los que acuden, a través de: un Mapeo geográfico, una aproximación etnográfica por medio de observación no participante en siete escenarios y entrevistas focalizadas con consumidores de alcohol para favorecer el desarrollo de propuestas en materia de modificación del ambiente y alternativas de abordaje de este fenómeno al interior de la institución.

#### **5.1 Objetivos específicos**

1. Realizar la descripción del contexto de venta y/o consumo de alcohol que rodea a los jóvenes universitarios.
2. Caracterizar los tipos de escenarios existentes en este entorno.
3. Conocer la evolución del entorno dentro y en los alrededores de la Institución.
4. Identificar y analizar la dinámica y experiencia de consumo de los estudiantes que acuden a estos escenarios.

#### **Diseño de investigación**

1. Se trata de una investigación bajo una metodología mixta, la cual se desarrolló en dos Fases. La primera de ellas (Mapeo Georeferencial) incluyó dos etapas: 1) Mapeo geográfico de los escenarios de venta y/o consumo de alcohol y 2) Observación focalizada sobre las variables de estudio incluidas en la Guía



correspondiente (Datos Generales del escenario, Ubicación, nombre, distancia de la institución, capacidad de clientes, Horarios, Costo de las bebidas, Seguridad interna y externa, Prácticas que promueven el consumo, Requisitos de ingreso y permanencia, Características de los asistentes, Legalidad, Accesibilidad a las sustancias y Dinámica de consumo), para lograr una caracterización del contexto de consumo de la institución. La segunda Fase (Análisis de la dinámica y experiencia de consumo) consistió en: a) observación no participante en siete escenarios de consumo y b) entrevistas focalizadas con estudiantes universitarios que consumen alcohol y que acuden a estos escenarios.

En primer lugar se presentan los resultados de la Fase I, que contiene el análisis descriptivo del entorno con base en las categorías desarrolladas a partir de los objetivos del estudio, así como el procedimiento y un breve resumen que rescata los elementos fundamentales de estos resultados, los cuales serán integrados a los hallazgos de la segunda fase con el objetivo de responder una serie de preguntas centrales acerca de los contextos de consumo y de la experiencia y dinámica de los jóvenes que allí se desenvuelven.

Este apartado incluye los datos obtenidos a partir de los recorridos exploratorios realizados dentro y en los alrededores de la Institución, los cuales permitieron ubicar algunos de los escenarios no conocidos inicialmente y de esta forma, llevar a cabo posteriormente la etapa de Mapeo de toda la zona durante un periodo de dos meses de trabajo de campo en esta primera Fase.

También se muestra la caracterización de los tipos de escenarios encontrados. Los datos que permitieron realizar esto, se desprenden de las notas de campo realizadas en dichos escenarios. Cabe señalar, que la obtención de esta información, formó parte de las actividades correspondientes a la segunda fase, donde se llevo a cabo observación en siete escenarios de consumo.

La descripción de los tres tipos de escenario detectados, (Formal, Informal y Mixto) permite tener una perspectiva particular de las características y dinámica de cada uno de estos espacios que representan a los tres grupos clasificados, así como poder enriquecer el panorama sobre los contextos donde los jóvenes se insertan y específicamente, acuden a consumir alcohol.

Cada uno de estos escenarios se define a continuación:

**Escenarios formales de venta y/o consumo:** Aquellos lugares de venta y consumo de alcohol establecidos formalmente, que están ubicados en los alrededores de la Institución Académica y que pueden ser: bares, “antros”, restaurantes, vinaterías, tiendas de abarrotes, etc.

**Escenarios informales de venta y/o consumo:** Aquellos lugares ubicados dentro y en los alrededores de la Institución Académica, determinados por los propios consumidores como escenarios de consumo y que pueden variar en tiempo y espacio (canchas deportivas, explanadas, estacionamientos, etc.).

**Escenarios mixtos de venta y consumo:** Aquellos lugares clandestinos de venta y/o consumo de alcohol y/o drogas ilegales, ubicados en los alrededores de la Institución Académica y que presentan características de ambos escenarios (formales e informales), pero que sin embargo, no son determinados por los consumidores sino por el dueño del escenario: regularmente son casas, azoteas, bodegas, etc.

Posteriormente, se muestran los resultados de la segunda Fase (Análisis de la dinámica y experiencia de consumo) la cual se desarrolló durante dos meses de trabajo de campo en siete escenarios, desde una perspectiva cualitativa; por medio de observaciones y entrevistas focalizadas, lo que permitió entender lo que ocurre en estos espacios y de que forma significan esta experiencia los jóvenes que allí se encuentran.

Finalmente se describen los hallazgos sobre la evolución del entorno a partir del análisis de algunos indicadores fundamentales, lo que permite tener una perspectiva sobre algunos de los cambios que se dieron en el contexto que rodea a esta institución.

## FASE I: MAPEO

### **Objetivo**

Caracterizar el entorno que rodea a una institución universitaria respecto a los escenarios de venta y/o consumo de alcohol a través de un Mapeo geográfico por medio de observación no participante

## **Desarrollo de la etapa de Mapeo**

Cabe señalar, que la información que se presenta en este apartado es de tipo cuantitativo, de acuerdo al análisis de las variables mencionadas anteriormente.

En esta etapa, participó un equipo de estudiantes de las Licenciaturas en psicología, pedagogía y sociología durante cuatro meses en trabajo de campo. Para realizar este trabajo, fue necesario incluir a los estudiantes en un proceso de formación teórica y práctica para garantizar un adecuado manejo del instrumento de recolección de datos (Guía de Observación, anexo 1), así como la elaboración de la base de datos correspondiente a cada uno de los escenarios.

Este proceso incluyó una serie de prácticas de campo exploratorias para que el equipo pudiese tener un primer acercamiento al trabajo de observación y a la elaboración de notas de campo, las cuales fueron comentadas después al interior del grupo y poder trabajar sobre las dudas, inquietudes y dificultades encontradas en esta actividad.

## **Escenarios**

Esta etapa incluyó la observación y recolección de datos en los escenarios de venta y/o consumo de alcohol principalmente ubicados dentro y en los alrededores de la Institución, inicialmente clasificados como escenarios formales e informales, y a los que posteriormente, se sumó una tercera categoría denominada escenarios mixtos.

## **Elaboración de instrumentos del mapeo**

Se requirió el desarrollo de una guía de observación (ver anexo 1) que permitiera obtener la información necesaria de cada uno de los escenarios. Dicho instrumento constó de nueve puntos y se muestran a continuación:

1. **Datos del observador.** Se refiere a la información general del observador.
2. **Espacio.** Se refiere al tipo de escenario para venta y/o consumo de alcohol y/o drogas, así como al grado de dificultad para localizarlo y acceder a él.
3. **Datos Generales del escenario** (Ubicación, nombre, distancia de la institución, seguridad)
4. **Tiempo.** Se refiere tanto a los días como al momento del día de mayor actividad y los horarios de funcionamiento.
5. **Sustancias.** Tipo de sustancias presentes en los diferentes escenarios de consumo.
6. **Prácticas que llevan al consumo y al exceso.** Se refiere a aquellas estrategias establecidas en los lugares de consumo (promociones, requisitos de ingreso).
7. **Mapa de ubicación.** Ubicación del lugar de consumo (dirección, localización en un mapa).
8. **Legalidad.** Si el escenario cuenta con permiso legal a la vista para la venta y consumo de alcohol.
9. **Dinámica de consumo.** Se refiere a las conductas y prácticas establecidas por los actores durante su permanencia en el escenario.

Esta Guía permitió recabar los datos de cada uno de los escenarios para posteriormente analizarlos con base en las categorías definidas.

## **Aproximación a los escenarios (Primer acercamiento).**

El trabajo de Mapeo, consistió básicamente, en recorridos y observaciones para detectar los escenarios y recabar información cuantitativa de acuerdo a la Guía correspondiente. Sin embargo, fue necesario realizar recorridos exploratorios como un primer acercamiento al campo de trabajo así como contactar a algunos integrantes de la Institución (estudiantes y vigilantes principalmente) para poder determinar la ubicación de posibles escenarios de venta y/o consumo dentro y en los alrededores de la Institución, los cuales no eran conocidos abiertamente por los observadores.

## **Informantes**

Como se mencionó anteriormente, algunos de los contactos informales que realizaron los observadores durante los recorridos exploratorios solo consistieron en preguntar cuidadosamente acerca del conocimiento de algún lugar de venta y/o consumo dentro y en los alrededores de la institución, sin que esto implicara una entrevista formal debido a la naturaleza de la información y al cuidado que debía tenerse puesto que aún no iniciaba la etapa de observación y el hecho de despertar sospechas, podría generar obstáculos en las actividades posteriores.

Cabe señalar que estos informantes solo proporcionaron información específica sobre el entorno; durante la segunda fase del estudio, se logró contactar a otro tipo de informantes, a los que si se les realizó la entrevista correspondiente. De tal forma, en esta etapa del estudio, no se pretendió ir más allá de obtener los datos antes mencionados.

## **Recolección de datos**

Se capacitó a los observadores durante 15 días sobre el conocimiento y manejo de la guía de observación, con el propósito de que los registros que se obtuvieran de los diferentes recorridos fueran lo más completos y acordes con el estudio.

La capacitación de los observadores cumplió con los siguientes objetivos:

- a) Tener claros los objetivos de la investigación
- b) Tener claros los conceptos centrales del estudio
- c) Dejar en claro la clasificación de los tipos de escenarios.
- d) Resolver dudas correspondientes a la Guía de Observación.
- e) Definir claramente las actividades de cada observador durante la recolección de información.
- f) Establecer los tiempos de duración de cada observación.
- g) Determinar los criterios para determinar el tiempo total de esta etapa de recolección de datos.
- h) Integrar las parejas de observadores.
- i) Asignar los escenarios de recolección de datos para cada pareja de observadores.

Posteriormente, se realizaron recorridos diarios por la institución durante dos meses. Los recorridos estuvieron a cargo de parejas de observadores. Cada uno de los observadores realizó una nota de campo de acuerdo a lo observado. Además, para estos recorridos se contó con el apoyo de grabadoras de audio y cámaras fotográficas que permitieron obtener evidencia sin poner en riesgo la integridad de los observadores.

De acuerdo con Martínez (1994), a través de la observación se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho o los actores sociales, de los que se obtienen datos que luego se sistematizan para desarrollar la investigación.

La observación es un método que permite seguir con cuidado y atención los acontecimientos de una comunidad o los actos de una persona. Existen diversas clasificaciones sobre los tipos de observación; por ejemplo, la etnográfica que divide la observación en participante o no participante, en estructurada, abierta o semiestructurada, etc. Sin embargo, para explicar el tipo de observaciones realizadas en este estudio se tomó la propuesta por Galindo (1987), sobre las fases del trabajo etnográfico, por lo que se tuvieron observaciones exploratorias y descriptivas.

## **Procedimiento**

Los recorridos iniciales permitieron tener un panorama general del campo, resolver algunas dudas del equipo y cuidar algunos aspectos importantes antes de ingresar y permanecer en los escenarios, los cuales estaban relacionados con:

1. Nivel de riesgo para los observadores
2. Consideraciones éticas
3. Grado de detectabilidad para los observadores

Principalmente tenía que ver con el cuidado que se debía tener para los observadores y que no fuesen descubiertos durante las observaciones como personas intrusas y/o amenazantes. Se contó con el apoyo de un manual de riesgos para trabajo de campo (ver anexo 2).

La labor de cada observador, consistió en acudir a los escenarios y permanecer en ellos por un periodo de tiempo muy corto, debido a la cantidad de lugares que se debían recorrer, a la naturaleza de cada escenario y a las posibles dificultades que entrañaba el estar en cada lugar únicamente para obtener la información requerida, lo cual en ocasiones resultaba complicado.



Cabe señalar que fue una labor interesante la que realizaron los observadores: detectar escenarios que parecían inexistentes, ingresar en ellos y obtener información que permitiera caracterizarlos. Posteriormente, permanecer en algunos de estos y contactar a consumidores para llevar a cabo las entrevistas, hizo que su labor cobrara una mayor relevancia, considerando la naturaleza del fenómeno social estudiado y lo que éste implica en su contexto natural.

De tal forma, a continuación se presentan los resultados de la etapa de Mapeo, rescatando los aspectos mas importantes del estudio sobre el contexto que rodea a los estudiantes de esta Institución.

La información está organizada siguiendo una serie de preguntas (categorías de análisis) que orientan el análisis de los datos obtenidos en campo, bajo la perspectiva de Heath (2000).

Siguiendo a este autor, se consideró útil partir de una serie de categorías teóricas que permitieron entender en un primer momento, el contexto en donde se manifiesta este fenómeno. Las categorías se pueden formular como preguntas, donde intervienen campos de acción y representación específicos. Cada una de estas categorías principales, incluye algunas subcategorías que enriquecen el conocimiento del contexto. En el caso de la primer categoría: ¿Dónde consumen?, se incluye el tipo de escenarios detectados, su ubicación respecto a la institución, sus horarios de funcionamiento, los requisitos de ingreso, las promociones encontradas, la legalidad de los espacios, el tiempo de permanencia de los actores y finalmente la seguridad de estos escenarios. Respecto a la segunda categoría: ¿Porqué? en estos espacios, se muestran datos acerca de la percepción de accesibilidad encontrada en estos espacios. En el caso de la categoría: ¿Cuándo consumen?; se encuentran las subcategorías que muestran información sobre los días de la semana con mayor actividad y el momento del día en que se observó mayor consumo. En cuanto a la categoría: ¿Qué consumen?, se analiza el tipo de sustancias, su costo, la sustancia de mayor presencia, el tipo

de venta y la accesibilidad a las mismas. Finalmente, la categoría: ¿Quiénes consumen?, responde a la pregunta sobre algunas de las características de la población que acude a estos lugares.

## **RESULTADOS**

Los datos en algunas de las categorías de análisis varían en la N que se reporta por dos razones: 1) no se obtuvo la información de algunos de los escenarios debido a que al momento del recorrido se encontraban cerrados o resultaba muy complicado permanecer dentro del lugar para obtener los datos y 2) la categoría de análisis propuesta no aplicaba para algunos de los escenarios. Sin embargo, la información obtenida permite realizar un análisis final e integral sobre el contexto de esta Institución, con base en algunas categorías centrales que orientan las discusiones y conclusiones de esta Fase.

La información obtenida a partir de la Guía de observación fue analizada siguiendo la serie de categorías elaboradas a partir de los objetivos de esta Fase y respondiendo a los principales cuestionamientos que formula la propuesta de Heath (2000) sobre los patrones de consumo y que fueron referidas con anterioridad, y traducidas en preguntas mutuamente excluyentes, permitiendo estructurar la información en unidades que facilitaron su descripción y comprensión respecto a las características del contexto.

Cada una de estas categorías de análisis, estuvieron compuestas por una o más subcategorías que organizaron y describieron la información obtenida. Cabe señalar que ambas, categorías principales y subcategorías, fueron definidas para evitar confusiones y ambigüedad al momento de organizar los datos.

### **¿Dónde consumen los estudiantes?**

#### **Tipos de escenarios**

Se detectaron un total de 166 escenarios, de los cuales 135 (81.3%) fueron escenarios clasificados como formales, debido a que son lugares de venta y consumo de sustancias establecidos formalmente (por ejemplo, bares, restaurantes, vinaterías, tiendas de abarrotes, etc.). Además se detectaron 28 (16.9%) escenarios informales: este tipo de escenarios se refieren a aquellos

lugares ubicados dentro y en los alrededores de las instalaciones académicas determinados por los propios consumidores como escenarios de consumo (por ejemplo, canchas deportivas, explanadas, estacionamientos, etc.). También se identificaron 3 (1.8%) escenarios mixtos, que son aquellos lugares clandestinos que presentan características de los escenarios formales e informales (por ejemplo, casas, bodegas, tiendas de abarrotes, etc.).

Al clasificar a los escenarios detectados por venta y/o consumo de alcohol y drogas (ver Tabla 1), se encontró que más de la mitad de los escenarios son lugares donde sólo se vende alcohol, seguidos de aquellos lugares donde se vende y consume el alcohol, en tercer lugar se encontraron los lugares donde sólo se consume el alcohol.

**Tabla 1.** Análisis de frecuencias de los diferentes tipos de escenarios detectados.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Lugar de venta de alcohol	91	54.8
Lugar de consumo de alcohol	18	10.8
Lugar de venta y consumo de alcohol	46	27.7
Lugar de consumo de alcohol y drogas	10	6.0
Lugar de venta y consumo de alcohol y drogas	1	0.6

En la Tabla 2, se muestra el uso oficial de los escenarios identificados. Como se puede apreciar, el mayor porcentaje de los escenarios fueron tiendas de abarrotes, seguidos de restaurantes y en tercer lugar se encontraron vinaterías. A pesar de que el mayor porcentaje de lugares detectados se pueden clasificar como establecimientos formales, en esta Tabla se puede observar que un número importante de los escenarios se encontraron en lugares informales (por ejemplo, áreas verdes, estacionamientos, canchas deportivas, auditorios, pasillos y corredores) que se encuentran dentro de las instalaciones académicas.

**Tabla 2.** Análisis de frecuencias del uso oficial de los escenarios detectados.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Áreas verdes y jardines	6	3.6
Restaurantes	23	13.9
Cafeterías	3	1.8
Estacionamientos	7	4.2
Bares	10	6.0
Billares	4	2.4
Tiendas de abarrotes	67	40.4
Canchas deportivas dentro de las instalaciones académicas	3	1.8
Pasillos y corredores	11	6.6
Supermercados	7	4.2
Vinaterías	14	8.4
Depósitos	4	2.4
Casas	1	0.6
Salones de fiestas	2	1.2
Discotecas	1	0.6
Restaurante-Bar	2	1.2
Auditorios dentro de las instalaciones académicas	1	0.6

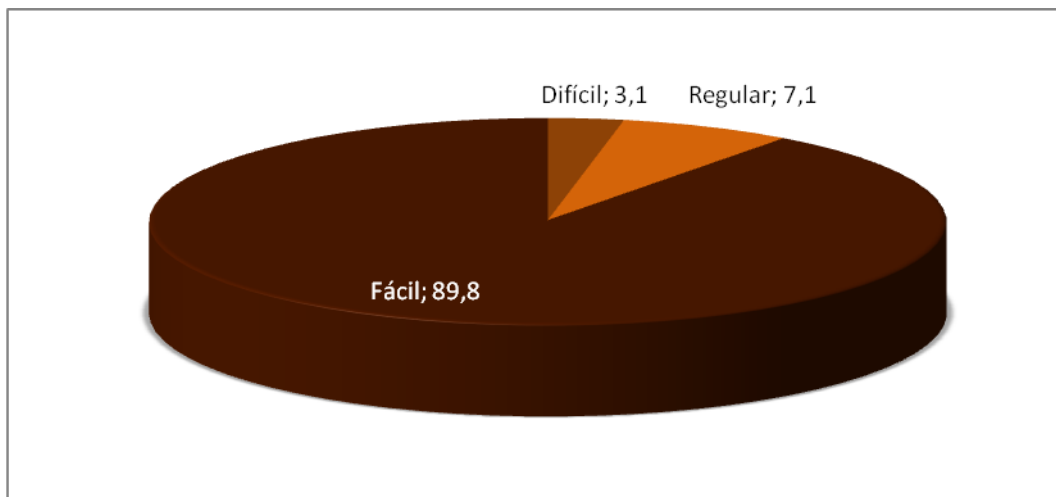
### **Ubicación de los escenarios**

Por lo que respecta a la ubicación de los escenarios, se encontró que el mayor número de lugares (91, 54.8%) se ubicaron al norte de la institución académica, seguidos de aquellos que ubican al este (39, 23.5%); en tercer lugar, se encontraron los escenarios ubicados al oeste (30, 18.1%) y en último lugar, los escenarios ubicados al sur de la institución (6, 3.6%).

Otro aspecto del cual se obtuvo información, fue de la distancia de los diferentes escenarios identificados respecto a la institución académica. Los resultados mostraron que 85 (51.2%) de los escenarios se encontraron en un rango de distancia de cero a 200 metros, 64 (38.6%) se encontraron en un rango de 201 a 500 metros y 17 (10.2%) de 501 a un kilómetro. Es decir, que aproximadamente el 90% de los escenarios identificados se encontraron en una distancia de la institución educativa no mayor a los 500 metros.

En cuanto a la dificultad para localizar y llegar a los escenarios, se clasificaron a los lugares en tres categorías: difícil, regular y fácil (ver Figura 2). Como se puede observar la mayoría de los escenarios son fáciles de localizar geográficamente, lo que podría significar un factor importante para que las personas acudan a ellos.

**Figura 2.** Análisis de frecuencias de la accesibilidad de los escenarios.



### **Horarios de los escenarios**

Como se aprecia en la Tabla 3, el rango de horario de apertura de los escenarios fue de las 7 de la mañana a las nueve de la noche, y en el caso del cierre fue de las 10 de la mañana a las 12 de la noche, con un promedio de 13 horas de servicio en los escenarios. Estos datos pueden considerarse como factores que facilitan el consumo de sustancias en los estudiantes, ya que se

puede pensar que a mayor número de horas de permanecer abiertos, aumenta la probabilidad de que los jóvenes puedan acudir a estos escenarios para consumir alcohol y/u otras drogas.

**Tabla 3.** Horarios de apertura, cierre y total de horas de servicio de los escenarios.

	<b>Rango</b>	<b>Rango</b>		
	<b>mínimo</b>	<b>máximo</b>	<b>M</b>	<b>Mo</b>
<b>Hora de apertura</b>	7:00	21:00	10:15	7:00
<b>Hora de cierre</b>	10:00	24:00	18:01	22:00
<b>Total de horas</b>	10:00	24:00	13:03	15:00

### Requisitos de ingreso

Por lo que respecta a los diferentes requisitos para ingresar a los escenarios (ver Tabla 4), los resultados indican que en más del 90% de los lugares no piden ningún requisito para acceder a lugar de venta y/o consumo. En segundo lugar, pero con mucho menor frecuencia se encontró el cobro de “cover” (pago por acceder) y en seguida la revisión de las pertenencias.

**Tabla 4.** Análisis de frecuencias de los requisitos de ingreso a los escenarios.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Credencial de estudiante	1	0.6
Identificación oficial	2	1.1
Cover	5	3.0
Revisión de pertenencias	4	2.3
Ningún requisito	153	93.0

### Promociones

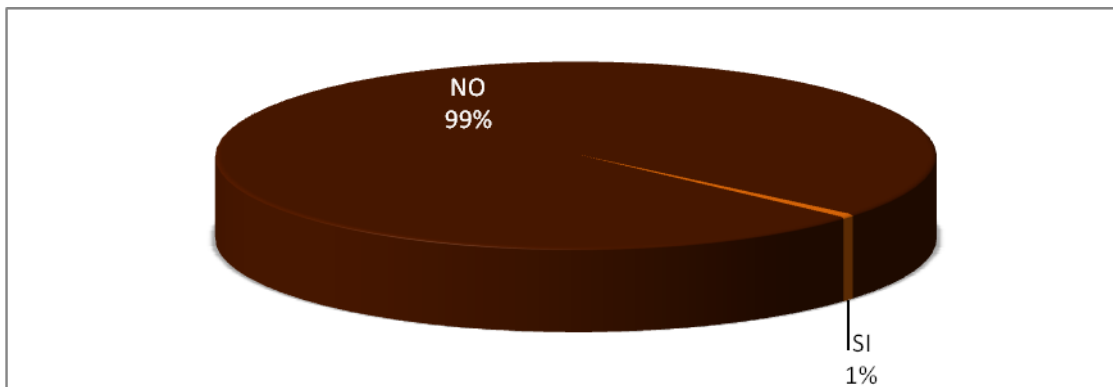
Sobre las promociones que existen en los diferentes escenarios que pueden favorecer el consumo de sustancias, se encontró información de 11 de ellos, donde los resultados mostraron que la venta de cerveza por cubeta obtuvo la mayor frecuencia (5, 45.5%), en segundo lugar se encontró descuento y la

venta de cerveza tamaño caguama (2, 18.2%), seguidos de dos por uno y bebidas gratis (1, 9.1%).

### Consumo mínimo

Otro aspecto que se evaluó, fue si en los distintos escenarios indicaban algún consumo mínimo, ya sea para acceder al lugar o para permanecer en el mismo. Se obtuvo información de 160 de los escenarios, los resultados se pueden apreciar en la Figura 3. Como se puede observar casi en la totalidad de los escenarios no piden ningún consumo mínimo, lo cual podría facilitar el acceso y permanencia en los escenarios a los estudiantes.

**Figura 3.** Análisis de frecuencias del consumo mínimo en los escenarios



### Venta a menores

En cuanto a los escenarios que venden alcohol u otras sustancias a menores de edad, ya sea para su consumo dentro o fuera éste, los resultados mostraron que de el mayor porcentaje lo presentaron aquellos lugares donde sí se vende alcohol a menores de edad, ya sea para su consumo dentro del mismo o para consumir en otro lugar (ver Tabla 5).

**Tabla 5.** Análisis de frecuencias de los escenarios que venden sustancias a menores de edad.

---

### Venta de sustancias a menores

---



	<b>Para llevar</b>	<b>Para consumo</b>
<b>SI</b>	13.3%	15.1%
<b>NO</b>	7.2%	6.6%

### **Permiso a la vista**

Se obtuvo información de 60 escenarios acerca de si contaban con una licencia oficial a la vista de las personas; los resultados indicaron que sólo el 23.3% de los lugares tenían en un lugar visible su licencia sobre el giro oficial del establecimiento; del otro 76.7% no se detectó un permiso oficial, por lo cual no se sabe si contaban con este o no.

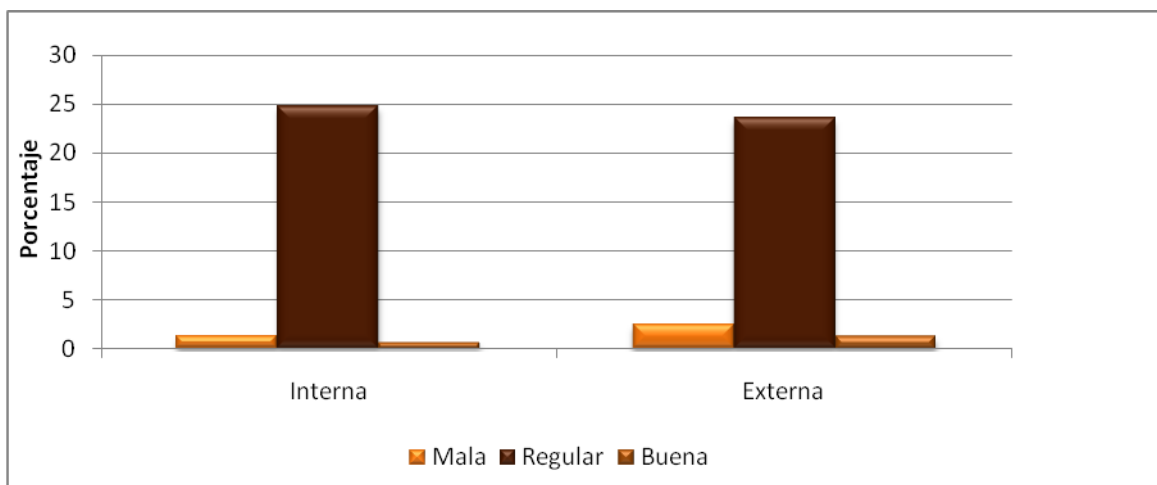
### **Tiempo de permanencia**

En cuanto al promedio de tiempo que permanecen los actores en los diferentes escenarios, se obtuvo información de 33 escenarios. Los datos mostraron un rango de 15 a 180 minutos de permanencia en los escenarios, con una media de 71.5 minutos. Es decir, que en promedio, los asistentes a estos lugares permanecen en el mismo lugar un poco más de una hora.

### **Seguridad de los escenarios**

Otro aspecto que se evaluó fue la seguridad de los escenarios, tanto interna como externa. La seguridad interna se refiere a aquellos elementos (vigilantes, policías, seguridad privada) que pretenden garantizar la seguridad de los consumidores dentro del escenario y la seguridad externa, se refiere a los elementos de seguridad en el exterior del escenario; ambos tipos de seguridad se clasificaron como: buena, regular y mala. Los resultados mostraron que el mayor porcentaje de los escenarios (de los cuales se obtuvo esta información) presentaron una seguridad tanto interna como externa de tipo regular (ver Figura 4).

**Figura 4.** Análisis de frecuencias de la seguridad interna y externa de los escenarios.

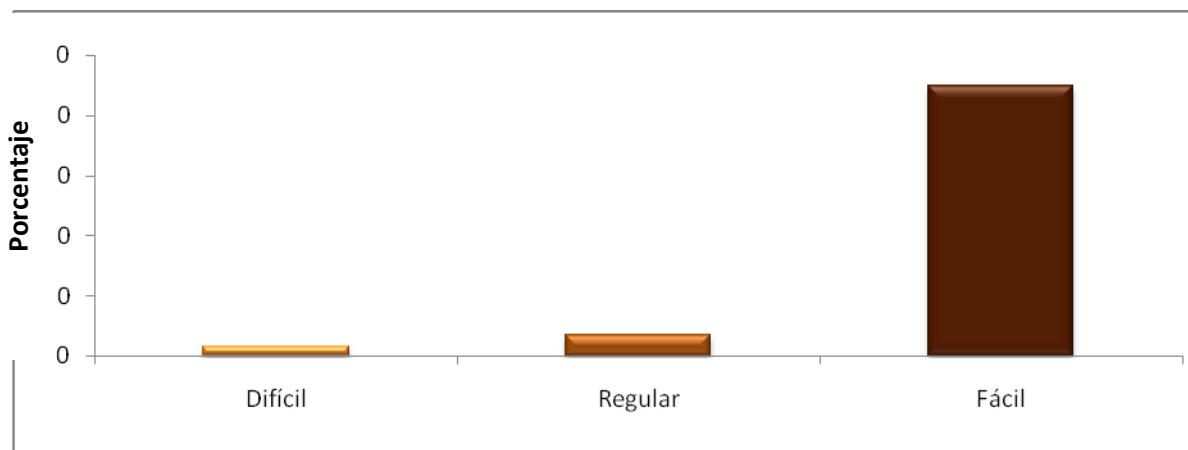


### **¿Por qué consumen en estos escenarios los estudiantes?**

#### **Percepción de accesibilidad**

Por otro lado, se obtuvo información sobre la accesibilidad para localizar los diferentes escenarios (ver Figura 5). Es decir, que tan fácil o difícil les es a los estudiantes localizar espacialmente a los escenarios. Se obtuvo información de 98 escenarios, de los cuales el mayor porcentaje se clasificaron como de fácil acceso; en segundo lugar se encontraron aquellos lugares con accesibilidad regular y en tercer lugar, los escenarios clasificados con una accesibilidad de difícil localización. Estos datos podrían considerarse como un factor facilitador, ya que si los estudiantes localizan con facilidad un lugar de consumo esto podría contribuir a que acudan a ese lugar.

**Figura 5.** Análisis de frecuencias de la accesibilidad a los escenarios.

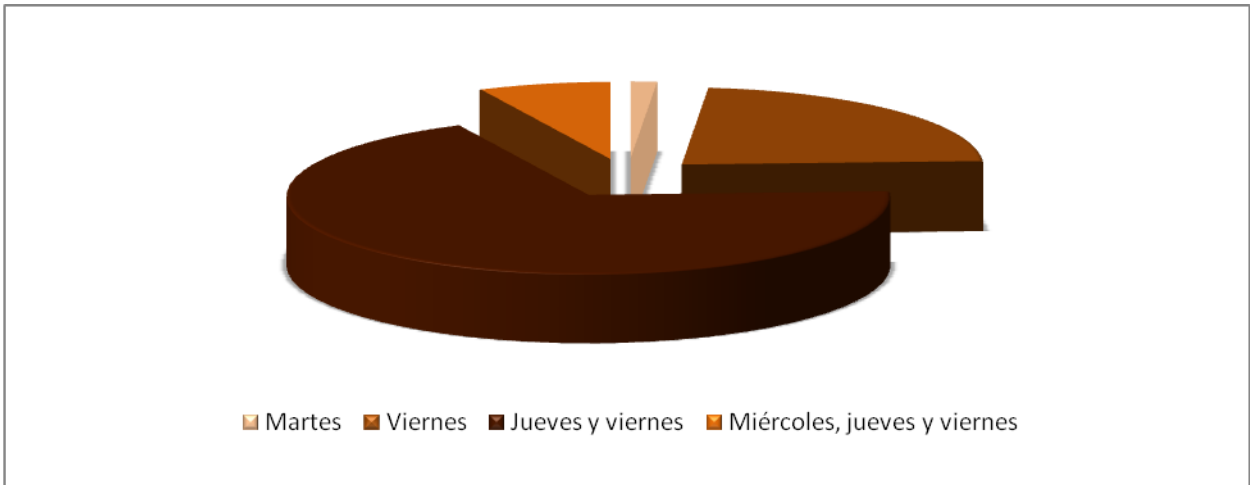


### ¿Cuándo consumen los estudiantes?

#### Qué días de la semana

En lo que se refiere a los días en los cuales se observa una mayor actividad de consumo de sustancias, en la Figura 6, se aprecia que de los escenarios de los cuales se obtuvo es información (42.2%), los días que se reportan con mayor actividad fueron los jueves y viernes; en segundo lugar se encontró a los viernes y en tercer lugar, a los miércoles, jueves y viernes. Es decir, que entre el miércoles y viernes se reporta una alta actividad de consumo de sustancias en los diferentes escenarios.

**Figura 6.** Análisis de frecuencias de los días de mayor actividad de consumo.



### En qué momento del día

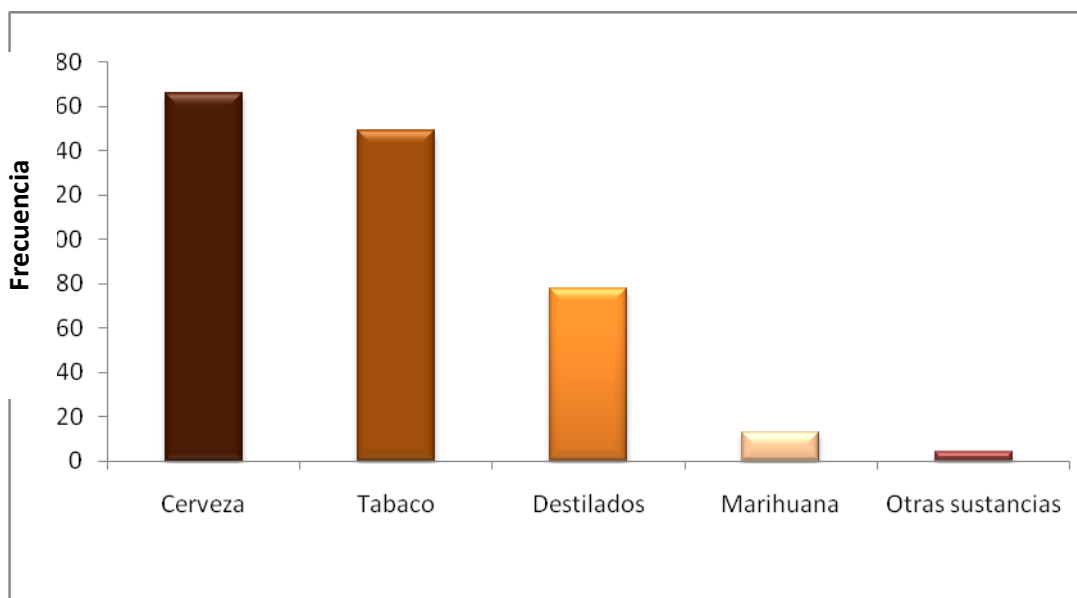
Por lo que respecta a los momentos del día en el que se presenta una mayor actividad de consumo de sustancias, se obtuvo información de 72 escenarios, de los cuales, el 35.5% presentan una mayor actividad de consumo durante la tarde y la mañana; en segundo lugar se encontró que el 6.6% de los escenarios presentan una alta actividad en la tarde, y el 1.2% presentan una mayor actividad durante la noche.

### ¿Qué consumen los estudiantes?

#### Tipo de sustancias

Sobre el tipo de sustancias presentes en los escenarios, se encontró que en todos los escenarios se detectó la presencia de cerveza, en segundo lugar se encontró al tabaco, después los destilados, seguidos de la marihuana y en último lugar otro tipo de sustancias (cocaína, inhalantes, hashis, LSD) (ver Figura 7).

**Figura 7.** Análisis de frecuencias de las sustancias presentes en los escenarios.



### Costos de sustancias

En la Tabla 6 se pueden observar los costos mínimos, máximos, la media y la moda de las diferentes sustancias. Como se puede apreciar, la sustancia alcohólica más económica fue la cerveza de media, lo que podría asociarse con los datos previamente mencionados sobre que esta sustancia se reportó presente en todos los escenarios. Asimismo, en el caso del tabaco, al venderse por cigarro podría pensarse que esta presentación facilita su adquisición, lo cual podría relacionarse con ser la segunda sustancia más frecuente encontrada en los escenarios.

**Tabla 6.** Costos de las diferentes sustancias presentes en los escenarios.

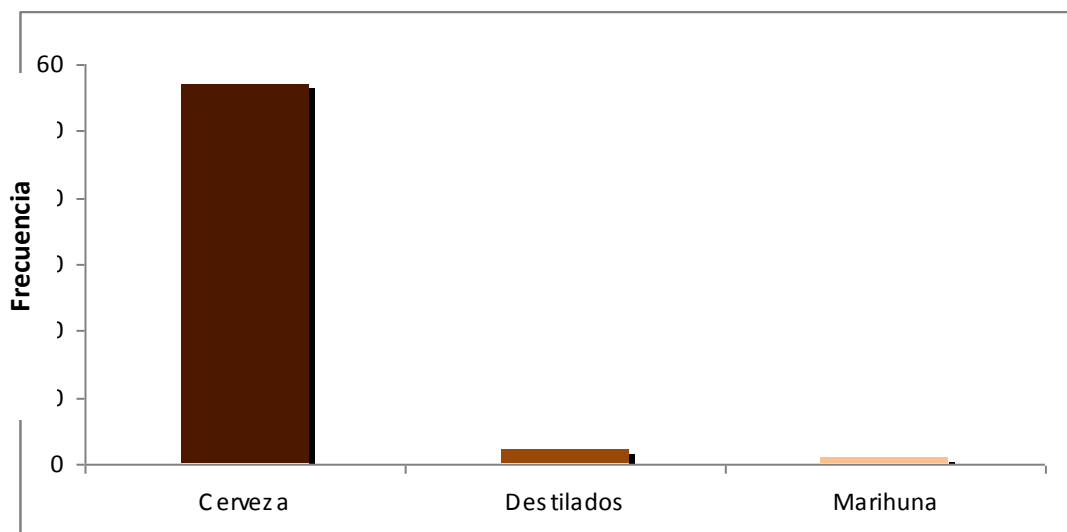
Sustancia	Presentación	Costo		<i>M</i>	<i>Mo</i>
		mínimo	máximo		
Cerveza	Media	\$8.00	\$18.00	\$10.8	\$8.00
	Caguama	\$17.00	\$30.00	\$19.9	\$17.00
	Cubeta	\$70.00	\$70.00	\$70.00	\$70.00

<b>Tabaco</b>	<b>Por cigarro</b>	\$2.00	\$2.00	\$2.00	\$2.00
<b>Destilados</b>	<b>Por copa</b>	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00
	<b>Por botella</b>	\$100.00	\$120.00	\$113.33	\$120.00
<b>Preparados</b>	<b>Individual</b>	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00
	<b>De dos litros</b>	\$27.00	\$40.00	\$34.83	\$35.00
<b>Marihuana</b>	<b>Por cuarto de onza</b>	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00

### Sustancias de mayor presencia

Por lo que respecta a los productos de mayor prevalencia en los diferentes escenarios, se obtuvo información de 60 escenarios (ver Figura 8). Los datos mostraron que la sustancia de mayor presencia fue la cerveza, en segundo lugar los destilados y en tercer lugar la marihuana.

**Figura 8.** Análisis de frecuencias de las sustancias de mayor presencia.

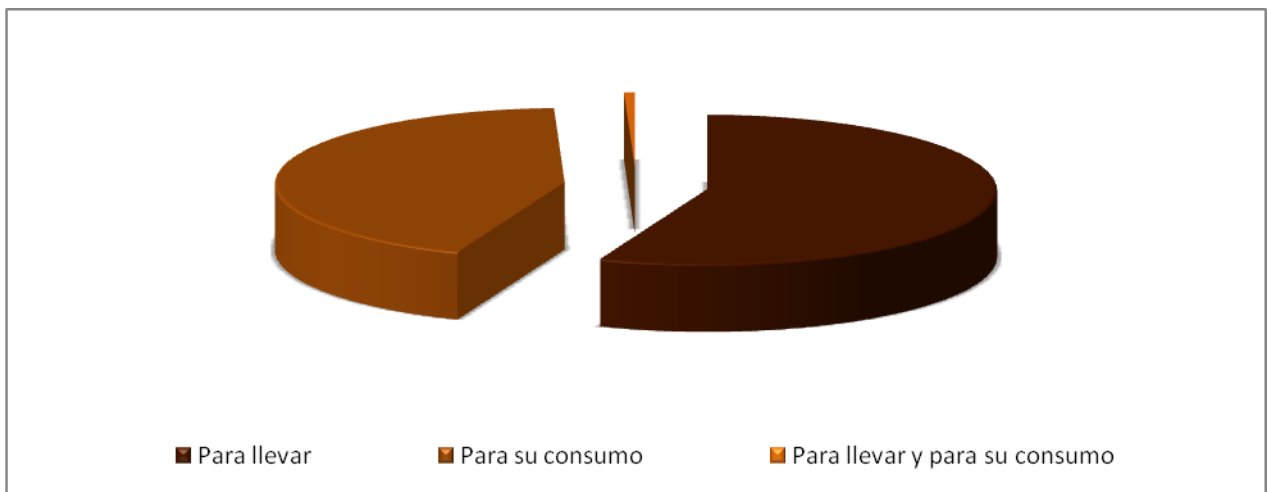


### Tipo de venta

En lo que se refiere al tipo de venta de las sustancias en los escenarios se clasificaron de la siguiente manera: para su consumo dentro del escenario y para consumirlas en otro lugar. En la Figura 9 se presentan los resultados. Un mayor

número de escenarios vende las sustancias para su consumo dentro del lugar, en segundo lugar se encontraron los escenarios en los cuales se venden las sustancias para que sean consumidas fuera y finalmente se detectó un sólo escenario en el cual se venden las sustancias tanto para su consumo en el mismo lugar como para llevar.

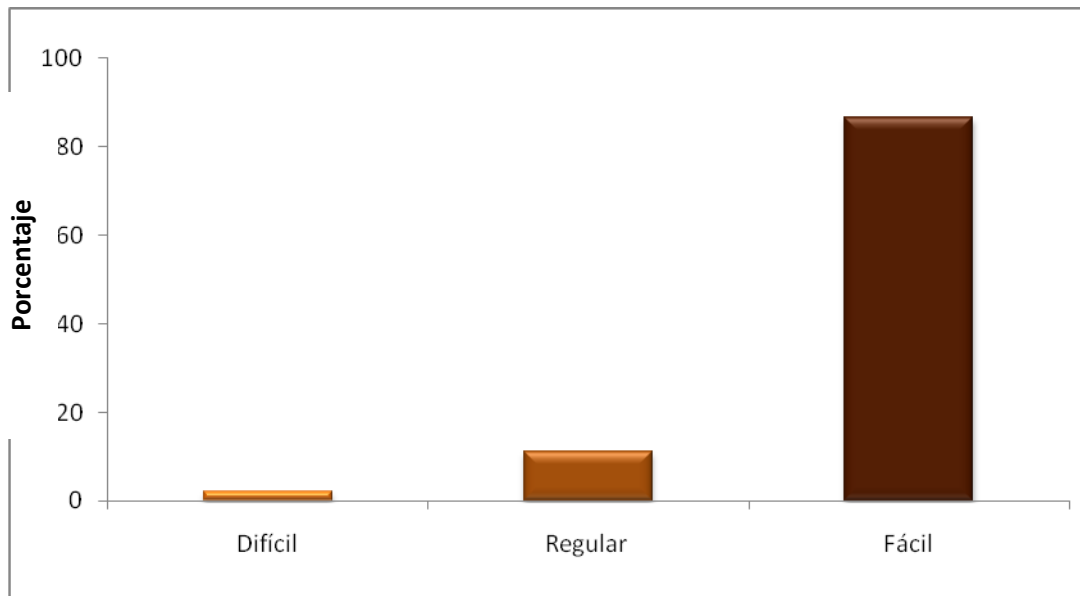
**Figura 9.** Análisis de frecuencias de la modalidad de venta de las sustancias.



### Accesibilidad a sustancias

Por otro lado, otro aspecto que se evaluó fue la accesibilidad que se tenía hacia las sustancias (ver Figura 10). Es decir, que tan fácil o difícil era acceder a ellas. Se recabó información de 98 escenarios, de los cuales el mayor porcentaje se clasificó como fácil para acceder a las sustancias, en segundo lugar se encontraron aquellos lugares con accesibilidad regular y al final, se localizaron los escenarios con una accesibilidad difícil de las sustancias. Estos datos podrían considerarse como un factor importante en la promoción del consumo de sustancias en los estudiantes, ya que al tener una percepción de que es fácil acceder a las diferentes sustancias puede facilitar que las consuman.

**Figura 10.** Análisis de frecuencias de la accesibilidad a las sustancias.



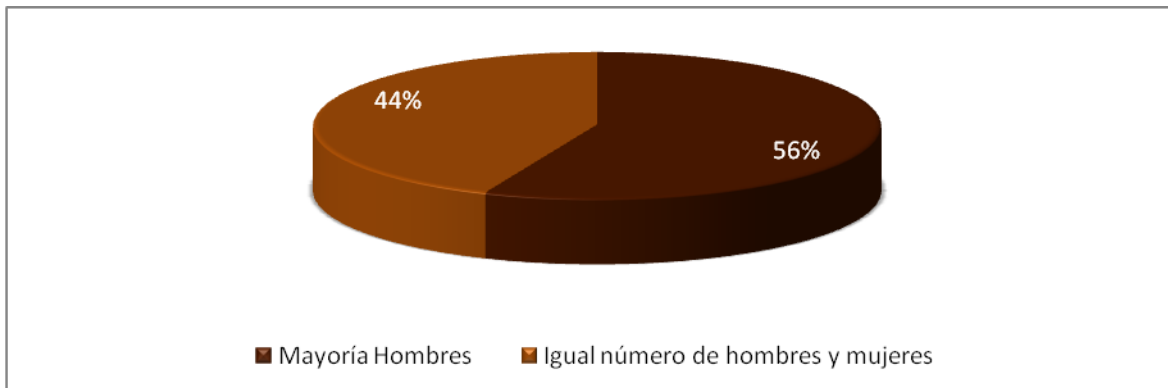
**¿Quiénes consumen?  
(Características de la población)**

Una de las características de la cual se obtuvo información, fue el sexo de los actores presentes en los escenarios. Se recabó información sobre esta variable de 39 de los escenarios, de los cuales se encontró con mayor frecuencia que acuden un mayor número de varones a los escenarios de venta y/o consumo de sustancias; después le siguieron los lugares donde acuden el mismo número de hombres y mujeres. Cabe señalar, que no se reportaron lugares donde se encontrara un mayor número de mujeres (Ver Figura 11).

Otro aspecto del cual se obtuvo información (de 38 escenarios) fue del promedio de edad percibido de los actores en los escenarios. Los resultados mostraron un rango de edad de 17 a 25 años, con una media de 23.4 años, lo cual concuerda con el nivel educativo de la institución (nivel superior), donde se esperaría que la población de estudiantes se encuentre en un rango de edad de 18 a 26 años.

**Figura 11.** Análisis de frecuencias del sexo de los actores de los escenarios.





Por otro lado, se obtuvieron datos sobre el nivel socioeconómico percibido de los asistentes a 37 de los escenarios, donde en su totalidad se reportó un nivel socioeconómico medio. Asimismo, de 45 escenarios se obtuvo información sobre la ocupación de los asistentes, y los resultados mostraron que en todos los escenarios se reportó que la mayoría de los asistentes fueron percibidos como estudiantes. En cuanto a la cantidad de personas que acuden a los escenarios, se encontró un rango de 10 hasta 150 personas, con una moda de 15 personas.

## Resumiendo

Como se pudo observar, esta fase permitió conocer algunas de las características del contexto que rodea a esta institución, en donde algunos estudiantes pasan parte del día. Los resultados mostraron la existencia de un número importante de lugares donde se vende y/o consume principalmente alcohol (166), lo que implica una mayor disponibilidad para los estudiantes. Estos datos, confirman lo reportado por algunos autores como Gorman, Speer, Gruenewald y Labouvie (2001); Gruenewald y Treno, (2000); Lipton y Gruenewald, (2002), quienes encontraron que el número de establecimientos de venta y

consumo de alcohol, se asocia directamente con el nivel de consumo de la población; es decir, a mayor número de establecimientos mayor probabilidad de consumo, lo que a su vez se relaciona con el incremento de problemas asociados al consumo.

Por otra parte, se encontró que la mayoría de estos lugares se encuentran cerca de la institución resultando según los datos, fácilmente accesibles, es decir, es fácil llegar y acceder a dichos espacios; se mantienen abiertos durante gran parte del día desde horas tempranas y con requisitos mínimos de ingreso y en muchos de los casos, inexistentes. Resulta significativo observar que el momento del día en que mayormente asisten los jóvenes a consumir, es a partir del medio día, según lo observado.

De acuerdo con Candill y Marlatt (1975) y Skog (1980) un aspecto que propicia el consumo de sustancias en estudiantes son las estrategias establecidas por los lugares de venta y consumo de sustancias. Es decir, cuando los establecimientos ponen promociones, por ejemplo descuentos, se contribuye a incrementar el consumo en los jóvenes. En esta fase del estudio, se detectaron las promociones que pretenden incrementar el consumo de los jóvenes: dentro de éstas, se encontraron con mayor frecuencia las que se refieren a la presentación de venta de las sustancias, específicamente de la cerveza, lo cual resulta lógico, si se piensa que estos escenarios se encuentran próximos a las instituciones educativas y que por lo tanto los mayores consumidores son los estudiantes; de ahí que las promociones se enfoquen en las sustancias de mayor consumo.

Otro aspecto que puede promover el consumo de sustancias, son los requisitos de ingreso a los lugares de venta y/o consumo. Los hallazgos aquí encontrados indican que en la mayoría de los escenarios detectados no piden ningún requisito para poder entrar, lo cual puede contribuir para que los jóvenes adquieran más fácilmente las sustancias. De ahí que esta práctica podría ser un

aspecto importante que las autoridades deberían tomar en consideración para que los jóvenes no accedan tan fácilmente a estos lugares.

Estos datos son importantes al considerar reportes en la literatura, que indican que cuando los jóvenes perciben una mayor accesibilidad para conseguir sustancias tienen mayor probabilidad de consumirlas (Finn, 2006; Jones-Webb, Toomey, Short, Murray, Wagenaar y Wolfson, 1997).

Como se puede apreciar, estos primeros hallazgos proveen de información sobre la influencia que juegan los diversos elementos del contexto en la promoción no sólo del consumo ocasional de las sustancias sino también del consumo excesivo, contribuyendo así, a identificar y analizar inicialmente, algunas de las condiciones que rodean a los jóvenes estudiantes. En particular, la forma en que la presencia de estos factores puede incrementar la posibilidad de que incurran en estas conductas, lo cual, a su vez, aporta elementos que puedan orientar a las autoridades en el desarrollo de medidas para proteger a los adolescentes.

Aunado a esto, y para poder comprender de manera integral lo que está ocurriendo en dichos contextos, es necesario complementar estos hallazgos con el conocimiento de la cultura de consumo, a través de un análisis cualitativo. Esto permitirá obtener un panorama global sobre lo que está ocurriendo en estos espacios y la forma en que los jóvenes están significando esta experiencia.

Por ello, la segunda Fase muestra los resultados de este análisis para finalmente, incorporar ambos elementos, cuantitativos y cualitativos en búsqueda de una mejor comprensión de este fenómeno.

Sin embargo, y para poder comprender mejor lo que ocurre en estos espacios y la forma en que algunos de los jóvenes vivencian esta experiencia, es necesario conocer aspectos fundamentales de cada uno de los tres tipos de

escenario detectados, por lo que a continuación se muestra la caracterización de estos espacios.

## **Caracterización de tres escenarios**

### **Objetivo**

Caracterizar cada uno de los tres tipos de escenarios (Formal, Informal y Mixto) detectados en la Fase de Mapeo, por medio de observaciones etnográficas y elaboración de notas de campo sobre las características físicas, dinámica y particularidades de cada uno de ellos.

En este apartado, se muestra la caracterización de los tres tipos de escenario que fueron detectados durante los recorridos y observaciones previas. Se obtuvo la información a partir de las notas de campo elaboradas por los observadores, donde se describía físicamente cada uno de los espacios así como la dinámica que se gesta en cada uno de ellos; con ello se muestran las diferencias y similitudes entre estos, para así poder comprender mejor y de acuerdo con Thompson (1993), cuales son los elementos de la cultura de consumo que se ven inmersos en los jóvenes universitarios.

### **Escenario 1**

Un espacio dentro de la institución.

Este lugar, forma parte de las múltiples áreas verdes que existen en la institución, inicialmente diseñados y destinados como espacios de esparcimiento y

descanso en un ambiente natural, agradable y seguro. De tal forma, este espacio universitario, posee una gran variedad de estos escenarios, dentro y en los alrededores; todos ellos, de fácil acceso y con condiciones que permiten diferentes tipos de actividades: de descanso, deportivas, esparcimiento, distracción de las actividades académicas, lectura al aire libre, prácticas académicas y sociales. Inclusive, se pueden ver en algunos de estos escenarios, convivios familiares y actividades lúdicas. Sin embargo, fenómeno importante, y motivo de esta narrativa, remite a tocar el hecho de aquellas conductas que se presentan en uno de estos escenarios.

Este lugar debido a sus características físicas, diversidad de actores, conductas y dinámica observados, merece especial atención, ya que permite ilustrar la manera en que se presenta el fenómeno de consumo de alcohol y drogas ilegales en algunos escenarios con características similares, ubicados dentro de la institución.

Es una zona de aproximadamente unos 100 x 75 metros, cubierta por pasto en su gran mayoría y dotada de grandes árboles; se encuentra dividida por un pasillo que la corta en diagonal y que divide físicamente, la zona en la que se presentan dos tipos de actividades distintas. En la parte externa se puede observar a los estudiantes, realizando actividades lúdicas, deportivas, rutinas teatrales o prácticas académicas, lectura, descanso y pueden verse a parejas de jóvenes besándose y abrazándose.

Cabe señalar, que este espacio se ubica en una zona que no pertenece necesariamente a alguna de las escuelas que lo rodean, es decir, es un área común que por consiguiente, no se encuentra bajo la responsabilidad directa de las autoridades de ninguna de estas escuelas aledañas, lo cual lo hace más atractivo, trayendo como consecuencia la apropiación de este espacio por parte de los estudiantes y de aquellos que acuden a este lugar.

Otra de las actividades que se presenta en este escenario, que ocupa principalmente la atención esta vez, tiene que ver con el hecho de que es aquí, donde cotidianamente, se observa el consumo de alcohol y drogas ilegales. Debido a su magnitud y frecuencia, se intentará describir tal fenómeno a partir del conocimiento que se tuvo de dicho escenario.

Es un lugar donde desde el lunes es posible observar a grupos de diversos jóvenes consumiendo bebidas alcohólicas, fumando marihuana y derivados de ésta, de distintas maneras. Sin embargo los días de mayor actividad son miércoles, jueves y viernes, siendo estos dos últimos, donde acuden mayor cantidad de jóvenes, siempre acompañados de bebidas alcohólicas. Es tal la cantidad de chicos que convergen ahí que desde lejos es posible ubicarlos fácilmente, es sólo cuestión de transitar cerca de allí para percibir el bullicio que se genera en el lugar, de tal manera que el observador interesado en el escenario no tendrá problemas para localizarlo, ingresar y permanecer en él.

Su popularidad entre los estudiantes ha ido creciendo con el tiempo, ya que meses atrás, este lugar no era tan concurrido, ni el consumo tan detectable a simple vista: los chicos no llegaban con cartones de “chelas” (cervezas de 355 ml. o de 1 Litro.) o con garrafones de jugos para mezclar su garrafa de mezcal; tampoco se apreciaba tanta basura en el jardín, tantas latas de cerveza, colillas de cigarro, botellas de destilados como vodka, tequila, ron y demás; se podría decir que a pesar de que sí se presentaba el consumo, éste era de manera mas discreta y en menor cantidad.

La población que frecuenta este escenario se compone principalmente por estudiantes, aunque también existe una considerable cantidad de personas ajenas a la institución, que visita y consume en el lugar. A algunas de ellas se les puede reconocer ya que aparentan tener más de 30 años, visten ropas informales al estilo de los estudiantes y se reúnen en grupos, estableciéndose en un lugar fijo.

Es de llamar la atención el hecho de que a pesar de que la sustancia más consumida en este lugar es el alcohol, el consumo de drogas, principalmente marihuana y hashis se observa ya como algo característico de los estudiantes que allí acuden, hombres y mujeres por igual. Debido a esto, resulta difícil hablar exclusivamente de aquellos que únicamente acuden a beber alcohol, o de aquellos que únicamente ingieren otras sustancias. La mezcla entre dichas sustancias y quienes las consumen, no permite exclusiones, mas bien, se puede pensar que genera inclusión, un compartir entre los que allí se encuentran, es *una manera de entender el concepto de “comunidad”*.

El siguiente relato es un ejemplo de cómo se entiende esta manera de compartir:

*(...) “El compartir tiene una función muy importante en este tipo de escenarios y situaciones ya que siento yo que afirma el sentido de grupo y refuerza la colectividad; además es un fenómeno que se da con bastante naturalidad. Tú llegas a charlar con algunas personas que se encuentran bebiendo o fumando y siempre hay alguien que te ofrece un sorbo o unos jalones de mota o lo que se esté consumiendo. Siempre hay alguien pidiendo cigarrillos, sábanas, acomplete, mensajes de celular, etc. y la mayor parte de las ocasiones, esas necesidades son solventadas por la misma gente del lugar. Es decir, hay un fuerte sentido del compartir, fuertemente arraigado y relacionado con este tipo de actividades de relajación y esparcimiento...” (Nota de Observador).*

Es común observar grupos de entre 4 y hasta 15 jóvenes convocados alrededor de lo que pareciera ser, “una mesa con botellas de cerveza o alcohol, vasos desechables, jugos o refrescos, hielos y botana”. Todo esto celosamente custodiado por los jóvenes y estableciendo una dinámica peculiar a la hora de consumir: siempre hay alguien encargado de repartir las bebidas o de servir en cada vaso la correspondiente cuba, ya sea esta preparada, sin preparar o simplemente pasarle una cerveza más a quien la solicita. Sin embargo, es más común observar que la cerveza es consumida en la presentación de caguama

(Cerveza en envase de vidrio de 1 Litro), la cual es circulada entre todos los integrantes del grupo para que le den un buen trago y la pasen al siguiente; lo mismo sucede regularmente con la marihuana o hashis.

(...) *“Todos se encontraban distribuidos en el jardín en grupos de varias personas (llegué a contar los mayores con 15 personas), ahí los chicos conversan, bromean, beben (y bastante), tocan la guitarra, cantan, ligan, se besan y acarician, se tiran sobre el pasto, discuten apasionadamente, ríen, fuman tabaco y marihuana en pipas, heaters y cigarrillos. Algunos llevan potentes grabadoras en donde se escucha rock, otros usan sus modernos teléfonos como reproductores de audio”. (Nota de Observador).*

(...) *“Casi todos los grupos tenían una botella (mínimo) de algún destilado como tequila, ron o vodka, o vino, o dos six de cerveza en lata (355ml). Refrescos para mezclar los destilados, en algunos casos hielos, vasos de unicel y plástico, jugos; también había quienes bebían bebidas preparadas Viña Real, New Mix, Cubaraima, Kosako, Blue Sky, bebidas energéticas como boost, las cuales combinan con alcohol”. (Nota de Observador).*

Pero, ¿de dónde salen las bebidas que allí consumen los estudiantes?

Por la evidencia observada (bolsas de plástico con el logo de las tiendas), se puede asegurar que los principales abastecedores de este escenario, son las tiendas departamentales ubicadas cerca de esta zona.

(...) *“Ellos me dijeron que siempre hay banda chupando y quemando pero que los viernes, si le cae mucha gente de muchas partes. Yo les compartí mis impresiones acerca de la cantidad de alcohol que había y ellos me dijeron que la mayoría de las personas que iban al escenario los viernes, compran mucho alcohol porque prefieren llegar bien equipados al lugar, en vez de estar yendo constantemente a*



*la tienda a comprar más; por eso deciden comprar todo desde el principio, para no regresar. Sonaba lógico". (Nota de Observador).*

Por lo general los grupos en donde se bebe y se ha terminado el alcohol, organizan una vaca o vaquera (cooperación entre todos para recabar dinero y poder ir a comprar alcohol) y escogen una comisión de entre 2 y 4 personas para ir por las bebidas, éstas personas van cargadas con sus mochilas vacías y el dinero de todos los demás, tardan entre 15 y 35 minutos en ir y regresar y cuando eso ha ocurrido son recibidos a veces con aplausos y muestras de alegría y excitación (cuando la espera ha sido breve) ó con reclamos corajosos, burlas y mentadas (cuando han demorado demasiado). Llegan y sacan poco a poco lo que llevan en sus mochilas, si es una botella, normalmente compran vasos de plástico para compartir el alcohol con todos los miembros del grupo, igualmente compran jugos y sodas para mezclar y algunas bolsotas de frituras y cacahuates. Quienes tienen hambre normalmente comen frituras, tacos de canasta que vende un señor en su bicicleta o disfrutan de la comida que se preparan en casa y que transportan en envases de plástico.

Entrar en este escenario va más allá de simplemente compartir un espacio público donde existe consumo de alcohol y sustancias ilegales, significa participar en una dinámica que, poco a poco, se ha ido convirtiendo en parte de la vida estudiantil. Es ahí donde convergen diversos puntos de vista, ideas, formas de ver y de verse. Se pueden escuchar pláticas diametralmente opuestas sin tener la necesidad de cambiar de ambiente; política, deportes, lo cotidiano de la vida escolar, chismes, los ligues, el desamor, los problemas en la casa, con la novia, con el novio, con los papás, las broncas en la escuela, los proyectos, las fiestas, los viajes, los pasiones de nuevas drogas; la música, la literatura, el cine, el arte, la crítica social, la reflexión, el encuentro con el otro, las borracheras, etc. Son los temas que flotan en el aire, se discuten y suben de tono al compás de los tragos de chela, vino, tequila, mezcal, vodka, ron; y a cada inhalada de *mota*, hachís o *mona*, encontrando una sintonía particular, en la que se manifiesta otra forma de

interacción; el uso social de drogas genera nuevas significaciones para sus usuarios, ya que reconstruyen su espacio y sus relaciones, a partir de una actividad conjunta, comunitaria, que en esencia, fortalece, enriquece y cohesiona al grupo sin importar tanto de donde venga, simplemente, se está en la escuela.

Este clima tan plural y relajado propicia que exista una ligereza en el trato entre las personas que concurren. Uno puede acercarse con toda naturalidad y entablar una charla despreocupada con quienes se encuentran ahí, es común observar como los asistentes entablan largas charlas so pretexto de conseguir un cigarrillo, una *sábana* o un encendedor. Igualmente se puede comenzar a entablar una comunicación brindando con los integrantes de grupos vecinos, *corriéndoles el toque* o la pipa de hachís. Es fácil interactuar con la gente, usan la jerga propia del estudiante universitario por lo que será extraño para quien no esté acostumbrado a escuchar palabras como: *sábana, chocolate, encencho, heater, pomo, wato, mal viaje, frito, quedado, forever, etc.* o expresiones como: *¡saca un toque!, necesito un conecte, ¡ínflale!, ¿quién tiene café?, hay que armar una vaquera, ¿dónde está el bueno?, etc.* Muchas de las expresiones que utilizan los asistentes, están relacionadas con el consumo de sustancias ilegales y alcohol, solo que han sido matizadas con elementos comunes del lenguaje de los estudiantes.

Aunado a esto, vale la pena señalar el fenómeno de venta de sustancias ilegales, la cual no suele estar condicionada a un día de la semana en particular, se da prácticamente de lunes a viernes, siendo los viernes el día de mayor probabilidad de encontrarla. Por lo general, quienes se dedican a esto suelen deambular por el jardín acercándose a los grupos para promocionar su mercancía; marihuana y hachís son las dos sustancias ilegales que más se distribuyen en el lugar. Sin embargo, también es posible conseguir LSD y MDMA, un tanto más complicado pero no imposible: cocaína, crack y opio; según el acuerdo al que se llegue con el *dealer* o distribuidor.

La dinámica de compra-venta suele ser sencilla, el distribuidor que deambula por el escenario se acerca promocionando su material, los compradores preguntan precios y cantidades: (...) “¿a cuánto el gramo?, ¿cuánto cuesta la onza?, ¿es *skunk*?” (*literalmente apestoso, así se le conoce a la marihuana que no viene prensada, el hecho de que esté suelta y no haya sido “curada” (limpiada) hace que se conserve mejor, que su efecto sea más potente, su sabor más intenso y su olor más penetrante. Por lo que en la jerga de la droga la mota skunk es sinónimo de calidad*); revisan la calidad del producto, y si esta les satisface lo compran sin mayor aspaviento de manera abierta y sin preocupación alguna por la presencia de los vigilantes de la institución, quienes cabe señalar, se caracterizan por su ausencia o por lo que se podría llamar presencia-ausencia, estar físicamente pero sin realizar algún tipo de reprimenda o acción que evite estas actividades.

Algunos *Dealers* (*vendedores*), entablan amistades con algunos de sus clientes, comparten teléfonos para estar en contacto, conversan y consumen la sustancia que acaban de adquirir. El distribuidor suele rolar por el jardín, estableciéndose con sus amistades y conocidos, realizan sus actividades sin mayor preocupación. La presencia de este tipo de actores no se condiciona a un día en específico, aunque como ya se dijo anteriormente, el viernes es el día con mayor probabilidad para encontrar este tipo de actividades. Sin embargo a lo largo de la semana también existe dicho fenómeno, solo que puede no ser tan obvio como el día viernes; en fin, si uno quiere toparse con esta situación, lo mejor es permanecer en este escenario una buena parte del día y observar el ir y venir de sus diversos actores, tarde o temprano, uno se topa con *el bueno*.

El siguiente relato, ilustra lo que allí sucede comprando y vendiendo.

O: Observador

E: Estudiante

V: Vendedor

(...) O: Al acercarse se percató de la pipa, nos saludó y enseguida nos ofreció hachís, sabía que no me podía andar con rodeos cuando se trata de vendedores de droga así que si quería saber los precios y los productos que manejaba tenía que ser rápido y conciso, así que le pregunté:

O: -¿ a cuánto el gramo?

V:70

O: ¿tienes cambio de 200?- dijo uno de los jóvenes al instante pues sabía que el precio era bastante bueno.

V: Sí

E: Dame dos gramos

O: Yo quiero otro- dijo otro de los jóvenes del grupo..

O: El muchacho se hincó sobre el piso y saco de una de sus bolsas un collar de hemp que tenía varias cuentas cafés del tamaño de una bola de mascar confitada que expenden ciertas máquinas en las farmacias y heladerías; recuerdo que quedé estupefacto al ver la cantidad de hachís que tenía aquel muchacho, eran unas 5 bolas, un auténtico collar de hachís, vaya. El muchacho arrancó dos bolitas de considerable tamaño; de una de las bolas, hizo dos pelotitas y se las extendió con la mano al comprador quien ya le estaba dando los 200 varos, el chico buscó en su cartera y dijo:

V: ¿te puedo deber 1 varo?

E: Sí seguro-

O: El vendedor le extendió la mano con los 59 pesos de cambio en moralla.

O: Le pregunté si no vendía marihuana, me dijo que no, que sólo traía hachís, pero que si quería me podía contactar con uno de sus cuates que si vendía marihuana, le pregunté si era de la buena, de la que no esta prensada, me dijo que sí, que era; le pregunté el precio, me dijo que 200 varos la onza (25 grs. Aprox.), también me dijo que vendía el kilo en 4 varos, lo cual yo entendí como 4 000 pesos, le dije que conocía a personas interesadas en adquirirlo, así que le pedí su número de celular y me lo dio sin ningún problema, le pregunté cuál era su nombre y me contestó -Jürgen, pero también me dicen Lucas- me extendió la

*mano, la estreché, él me apretó con fuerza mirándome a los ojos. Parecía un Dealer de aquellos que manejan variedad, así que le pregunté:*

*O: ¿puedes conseguir LSD?*

*V: Sí claro.*

*O: ¿Goteros?*

*V: Puedo conseguir TODO lo que quieras.*

*O: ¿Opio?*

*V: Cualquier cosa.*

*O: Vaya con aquél tipo, me estaba impresionando la información que me estaba dando, sin lugar a dudas me había topado con el nuevo bueno. Me dijo que el gotero costaba 5, 500 pesos; el precio del opio no me lo dio ni se lo pedí pues ya había preguntado varias cosas y no me quería ver muy interrogativo.*

Por otra parte, no existe mucha diferencia entre el comportamiento de los hombres y las mujeres que asisten al lugar, ambos participan de igual forma, bebiendo, conversando y compartiendo las sustancias. Se puede decir que las mujeres y los hombres consumen alcohol en proporciones aparentemente similares, el consumo de sustancias ilegales es más visible en los hombres, aunque también existan varias chicas que consuman al parejo que ellos... son más raras.

Finalmente, se puede observar una diversidad en los objetos usados para consumir sustancias ilegales. Hay quienes fuman marihuana en sábanas de diversas formas y materiales, desde las clásicas de papel arroz, pasando por las perfumadas, saborizadas, decoradas, chicas, medianas, enormes, de celulosa transparente, de hemp, de maíz, etc. También hay quienes usan pipas de metal, pyrex, madera; o rudimentarias hechas a mano con manzanas, zanahorias, papas, botellas de plástico, goteros, etc. Cada quien usa los elementos a su alcance y la variedad que existe en estas formas de consumir, hablan de una diversidad de significados y formas de ver, que se asocian y nutren la cultura de consumo.

Es así que se puede comprender que este tipo de escenarios, a diferencia de aquellos que rodean a esta institución educativa y que incluyen bares, cafeterías, restaurantes, antros, etc. poseen características particulares que merecen una especial atención si se quiere comprender lo que allí sucede. Se debe por tanto, atender a los diversos factores que ahí convergen, la dinámica que se establece entre los que acuden a beber alcohol o a consumir algún tipo de droga ilegal, el fenómeno de venta de sustancias de forma abierta, el papel de las autoridades correspondientes y curiosamente, la percepción que el mismo estudiante tiene de este espacio; como un lugar de convivencia, de búsqueda y encuentro, libre de todas aquellas presiones cotidianas y de las limitaciones impuestas por la Institución, aunque irónicamente, perteneciente a la universidad. Es por ello, que se debe pensar que las estrategias de acercamiento e intervención con esta población, debe considerar estos aspectos. Poder entender el espacio y la forma en la cual, los estudiantes están viviendo esta etapa de su juventud, donde el consumo de alcohol y drogas, constituye, desafortunadamente, una de las prácticas de expresión social e identitaria comunes aún dentro de esta institución.

## **Escenario 2**

### **Un lugar donde beber**

Como ejemplo de otro tipo de escenarios se muestra uno que fue concebido expresamente para el consumo de alcohol y que cabe dentro del giro de bar. Más allá de su aparente actividad mercantil, dicho lugar, se encuentra en uno de los barrios aledaños a la Institución y cerca de la zona que se caracteriza por bares, restaurantes, cafeterías, antros, etc; es decir, el área donde se concentra la mayor actividad relacionada con el consumo de alcohol.

Su fachada es común al resto de los escenarios de sus alrededores, no parece contar con el permiso necesario para realizar las actividades que lleva a cabo, pues oficialmente tiene giro de cafetería, sin embargo lo que menos se

vende adentro, es café. Es un doble giro el que tiene el lugar, de hecho, está construido de tal forma que las personas que pasen por la calle y echen un vistazo a su fachada perciban una pequeña cafetería de apenas cuatro mesas, lo que no saben es que el zaguán de al lado es en donde se encuentran todas las mesas, de hecho hasta cuenta con una planta alta, la cual ha sido ampliada en los últimos días. Es en esa zona que se concentra toda la gente que llega con el firme propósito de beber. Así que es un doble fondo el que posee este sitio, esto le permite vender alcohol a precios más bajos que otros lugares que sí cuentan con la acreditación necesaria.

Por dentro, el sitio es oscuro, se percibe un ambiente húmedo y en la parte de arriba suele hacer mucho calor pues los techos y paredes de lámina y marcolita no permiten un flujo continuo de aire, por esta razón han colocado ventiladores en esta sección, ya que el calor combinado con el constante humo de tabaco, resulta nauseabundo y nocivo no sólo para quien asiste al lugar, sino también para los chicos que trabajan ahí. La parte de arriba parece haber sido improvisada toscamente, el suelo es inestable y pareciera que se vendrá abajo alguno de esos días en los que el lugar se encuentra lleno, normalmente jueves y viernes. Las paredes están adornadas con fotos de bandas de rock famosas como The Doors o Bob Marley, cuadros que hacen alusión al culto por la cerveza y la marihuana. Las mesas y bancos de la parte de arriba son menores que las de abajo ya que el lugar es más reducido en la planta alta.

El lugar es frecuentado mayoritariamente por jóvenes estudiantes de la universidad o instituciones educativas particulares circundantes; lo cual propicia que el clima sea meramente juvenil y universitario; las pláticas que flotan en el aire van entorno a la cotidianeidad escolar, las materias, las clases, los profesores, los amigos, las chicas, los ligues, las fiestas, los atascones de drogas., etc.

(...) *“Recuerdo que los chicos comenzaron a hablar de alguno de sus cuates que según ellos ya estaba muy mal, pues estaba inhalando mucha*

*cocaína, contaban como lo habían visto en fiestas interminables de locura y alcohol, bajándose la borrachera con ¡¡¡un chingo de líneas, y de las gruesas... no mamadas!!! Y que así podía seguir de reventón en reventón, que no paraba, que desde el jueves empezaba y ya para el domingo estaba completamente destruido, que ya le habían visto bajar de peso y demacrarse y esas cosas típicas del adicto a la cocaína: la onda de la paranoia, el pedir prestado (o robar) a los amigos, lo mal-vibrosos que son, etc. En general los chicos usaban la jerga de la droga, hablaban de sus experiencias con tachas (metanfetaminas, MDMA, éxtasis, 3,4 metilendioxiánfetamina) en las fiestas a las que iban, jóvenes universitarios clase medieros que bebían cerveza mientras conversaban de aquellos temas, también expresaban su cariño y respeto por sus compañeros, abrazándose, dando palmadas en la espalda, apoyando el hombro del compañero con la mano, sonriéndose y mirándose a los ojos. Recuerdo que aquellos chicos parecían estar terminando sus carreras, viendo qué onda con la tesis, entrando a la maestría y esas cosas, también eran tema de conversación". (Nota de Observador).*

Las dinámicas que se dan dentro no son diferentes a las de cualquier bar, gente conversando, ligando y yendo de aquí para allá, sin embargo lo interesante del sitio es que suele estar concurrido casi todos los días de la semana, esto se debe al bajo precio de la caguama (25 o 27 pesos) el cual compite dignamente con los establecimientos que sí cuentan con el permiso debido, además es fuerte la competencia con el escenario número tres que se muestra más adelante, pues aunque los precios sean más o menos los mismos, en este escenario no se requiere realizar todo el ritual de entrada del escenario tres, es decir, aquí no hay que cumplir requisito ninguno para entrar, a nadie se le pide identificación ni nada.

De hecho esta situación promueve el consumo de alcohol en menores de edad, quienes en varias ocasiones se pudieron ver dentro del lugar y consumiendo alcohol. La música que hace el ambiente generalmente es rock en español aunque también suena la cumbia, el ska, el reggae y la norteña, eso sí, nadie baila pues el lugar es sumamente estrecho, solamente se ha visto a algunas parejitas echar



pasitos y menearse un poco cuando éste no está tan concurrido, y ellos han bebido lo suficiente como para desinhibirse y dejar aflorar el sentimiento.

El consumo de la mayoría de la gente que asiste al lugar, suele ser excesivo, dos o tres caguamas por persona, siendo los hombres quienes más beben generalmente, aunque a veces también se puede observar a chicas acompañadas por otras chicas o inmersas en grupos de hombres, que beben a la par o hasta más que ellos. Así que para las horas tardías del jueves y viernes, suelen haber varias personas alcoholizadas en el interior, sin embargo esta situación parece no desencadenar violencia o problemas entre los asistentes.

*(...) “A pesar de que varias personas habían bebido más de una caguama, toda la gente que salía caminaba bastante bien, no parecían padecer los efectos del consumo excesivo de alcohol, solamente salían más sonrientes, como de mejor humor. Solamente un grupo que estaba sentado en la mesa cercana a la escalera, ya parecía estar intoxicado, hablaban arrastrando la voz, gritaban y se reían a carcajadas, su mirada era difusa y se tambaleaban levemente sobre la mesa, hablaban de lo chido que es ponerse hasta el huevo, de lo relajante que es el relajo; se veía que la andaban pasando bien, andaban nada agresivos”. (Nota de Observador).*

Llama la atención que a pesar de que el consumo de drogas está prohibido, se puede observar en ocasiones, que algunos chicos fuman hachís en pequeñas y discretas pipas o mezcladas con el tabaco del cigarrillo, pero cuando exhalan el humo uno que otro mesero se percata de la sustancia que está siendo consumida y rápidamente gira en su entorno procurando a la persona que esta fumándolo, y si lo llega a ubicar, simplemente le dice que no puede hacer eso en el lugar y ya.

Una vez que la gente se encuentra relajada y desinhibida por el alcohol, las risas, porras y gritos se hacen más frecuentes, el nivel y tono de las conversaciones cambia y el ambiente se vuelve más bullicioso; además varios

grupos de jóvenes convergen para festejar a sus amigos, lo cual contribuye al ambiente de fiesta.

En resumen, este es un buen escenario para observar las dinámicas de consumo de alcohol, ya que su población es sumamente diversa, confluyen ahí alumnos de distintas facultades y de algunas instituciones privadas de la zona. La cercanía entre las mesas permite escuchar las conversaciones sin mayor problema y observar desde la comodidad del asiento, el transcurrir de los sucesos.

Como tal, se diferencia de los otros escenarios referidos, es un lugar formalmente establecido para consumir alcohol, los costos son accesibles, es un lugar a donde es fácil acceder, lo cual resulta interesante. Sin embargo, vale la pena rescatar que indistintamente del lugar del que se trate, la dinámica suele ser similar en todos estos escenarios, la convivencia, la búsqueda y el encuentro con nuevas experiencias, con nuevas amistades, con nuevas sustancias, lo que le da al estudiante la posibilidad de explorar en estos espacios, distante de la cotidianeidad, una forma más de ser joven.

### **Escenario 3**

#### **Un espacio con una identidad diferente**

Finalmente, se muestra la descripción y dinámica de este lugar de consumo, el cual resulta interesante describir debido a sus características peculiares ya que no puede formar parte de los llamados bares, antros o restaurantes, formalmente establecidos para la venta y/o consumo de alcohol; tampoco cabría dentro de aquellos ubicados al interior de las instalaciones de cada Institución; ya que representa otro tipo de territorios donde los estudiantes acuden a beber única y exclusivamente alcohol.

Este escenario, bien podría llamarse de cualquier forma, pero simplemente lo llamaremos “la casa”; sus particularidades permitirán descifrar algunas

interrogantes acerca de lo que allí sucede, así como ayudará a comprender más, la variabilidad de los contextos que rodean a los universitarios.

Es un sitio muy peculiar que se encuentra en las afueras de la institución, se puede llegar a él caminando en no más de quince minutos, la fachada se encuentra muy descuidada, pintura deteriorada, y llama mucho la atención que es una casa, que de alguna forma y en algún momento, albergó un bar, el cual fue clausurado por razones desconocidas. Huella de esto, son los sellos que aún permanecen adheridos a lo largo de las paredes de este lugar que tiene una puerta de lámina como acceso principal.

Pues si bien es cierto, es una casa donde cohabita una familia de por lo menos cinco integrantes, siendo dueño de la casa, el anfitrión de lo que se podría asemejar a una cantina, la cual se ubica dentro de la misma casa solo que en la parte posterior, en lo que se podría pensar, fue el patio de esta vivienda y que fue acondicionado para albergar a este espacio de consumo.

Pues bien, adentrémonos a este escenario. Para ello, es necesario describir de que manera es posible el acceso ya que no muchos conocen su ubicación; hay algunos que se refieren a este lugar como un mito urbano, respondiendo ante la pregunta de si lo conocen con algo así como: ¿En verdad existe? ¿Neta que sigue funcionando?. Por ello, la labor de conocer tal lugar, no fue tarea nada fácil, mucho menos lo fue, el lograr acceder al mismo. Fue un conocido quien nos habló por primera vez de este escenario, siendo por tanto, el portero que en primera instancia, facilitó el ingreso de algunos de los observadores. Cabe señalar que para lograr el ingreso real transcurrió cerca de un mes desde el primer contacto, esto debido a los requisitos que deben ser cumplidos para quien aspira a ingresar a este lugar.

Como se mencionó anteriormente, la dinámica de ingreso inicia al momento de jalar una cuerda ubicada en la puerta principal, dicha cuerda, conecta con una campana que al parecer está puesta en un punto intermedio entre el “bar” y la puerta de acceso, ya que al jalarla, el sonido que se escucha pareciera venir de un

punto no muy cercano a la puerta. Acto seguido se espera a que alguien de la familia del señor de la casa abra la puerta o pregunte desde el interior que es lo que uno busca y de donde proviene, ante lo cual hay que responder de que *facultad es uno*, todo esto mientras ya sea a través de la puerta o si es que ésta fue abierta, sea motivo de una inspección ocular para determinar si quien permite el acceso, reconoce a los visitantes. Si es el dueño quien abre la puerta, realiza el mismo interrogatorio, ¿quién eres?, ¿de dónde vienes? ¿Quién te habló de este lugar?, si es que no son reconocidos al primer contacto. Una vez que son respondidas estas preguntas y logran despejar las dudas de quien abre la puerta, se permite el acceso, o en caso contrario, se niega el ingreso, argumentando que no hay servicio o sencillamente que no se le reconoce a quien demanda la entrada y se le niega la misma. Esto suele suceder si se trata de un grupo numeroso (más de siete jóvenes) quienes intentan entrar, o si demuestran nerviosismo o inseguridad al momento de responder a los cuestionamientos. Es aquí donde comienza la hazaña de ingresar a este espacio, no cualquiera logra traspasar esta frontera, por lo que se considera un logro importante de este equipo de trabajo, cuidando en todo momento, la seguridad de quienes lograron entrar.

En otras ocasiones simplemente no hay nadie que abra la puerta ni de seña alguna del dueño del escenario; a veces éste suele salir con el resto de su familia y dejar encargado a su hijo. Cuando eso sucede, la dinámica de ingreso suele no ser tan estricta, por el contrario.

El señor de la casa es un tipo de aproximadamente 64 años, su complexión es robusta, tiene aspecto de ser una persona de carácter fuerte y una mirada hasta cierto punto, penetrante e imponente, y cuando él mismo se encuentra en el escenario, es él quien se encarga de supervisar y autorizar el ingreso de quienes así lo demandan.

Una vez pasada esta etapa de ingreso, todo se vuelve más fácil. Se recorre un largo pasillo que conecta a la entrada con el “bar”. Se deben bajar unas escaleras e inmediatamente se puede observar que tan concurrido se encuentra el

lugar, compuesto por algunas mesas, escritorios, sillas, sillones, troncos que fungen como sillas y algunos tablones para ahorrar los asientos.

También se pueden contar aproximadamente 15 mesas grandes y rústicas algunas para 10 o 15 personas en cada una; existen otras sillas rústicas ubicadas de manera desordenada, las paredes mohosas y húmedas de ladrillos que en algunas partes dejan ver que estuvieron cubiertas por yeso y que el salitre ha carcomido al pasar del tiempo.

La barra es igualmente una gran mesa con tipo de aparador, hecha de madera bruta, sin lijar ni con ningún acabado, cubierta por un pedazo de piel. Esta mesa soporta las cervezas que son traídas de un cuarto o bodeguita que el señor utiliza exclusivamente para almacenar la cerveza, además tiene los ceniceros y el característico destapador de chelas de pata de silla.

Sobre la pared cuelgan varias fotografías de trabajadores de la institución aledaña, hay un altar a la virgen de Guadalupe, algunas bocinas que cuelgan de las esquinas y que usualmente tocan música variada, desde la cumbia y la salsa hasta el rock y el ska.

Regularmente, quienes allí acuden, se dedican a beber cerveza, jugar cartas, dominó, ajedrez, cubilete o algún otro juego de mesa, en ocasiones que el mismo dueño les proporciona. Otros más, simplemente beben y charlan, beben, bromean, se ríen, beben, conquistan y siguen bebiendo, todo esto bajo la vigilancia y supervisión del dueño, quien evalúa el comportamiento de todos los allí presentes y si de alguna forma, considera que lo que sucede con algunos de los jóvenes, atenta contra las reglas de la casa, inmediatamente interviene, ya sea llamándole la atención, invitándolo a dejar de comportarse de la forma en la que lo está haciendo, o en caso extremo, solicitándoles que abandonen el lugar. Es aquí donde es necesario mencionar la importancia de lo que representa para quienes

allí acuden, la figura de autoridad del dueño, a quienes todos reconocen y respetan.

*(...) “El dueño, de forma indistinta permanece sentado en su mesa junto a la barra ya sea leyendo su periódico u observando, como gran soberano y anfitrión, a los invitados, inspeccionando que no les haga falta nada y que la estén pasando bien y que además se comporten bien, no insiste en que beban pues no ofrece a cada momento, la gente bebe hasta donde quiere. En algunas ocasiones es visitado por amigos contemporáneos y son sentados en esa mesa que parece la principal en cuanto a disposición y trato, además de la cercanía y plática del anfitrión que les dedica todo el tiempo y atención” (Nota de Observador).*

Resulta interesante esta dinámica que se da en función de esta figura de autoridad al interior de este espacio, un espacio libre pero con reglas bien definidas, reglas que se conocen, se admiten y se respetan. Muestra de ello es la decoración de este lugar, la cual se encuentra colocada a lo alto en la pared, en pedazos de lámina evocando pequeños cuadros decorativos: “Esto no es una cantina” “No es una cafetería” “No es un antro” “No es un cabaret” “Esto es una casa, respétala”, acompañados de otras mas que indican: No jugar, no leer, no rayar ni saltar sobre las mesas, no hacer tarea, no *fajar*, no gritar, no *mal copear*, etc.

Para adquirir la cerveza sólo se tiene que sentar y esperar a que las lleve el mismo señor. Al principio, cuando se es nuevo y se tiene la fortuna de entrar, se debe ir personalmente a la barra y pedir; después sólo es cuestión de esperar pues existe ya familiaridad de parte del señor y después de 3 visitas ya sabe cuánto se consume y en cuánto tiempo se hace. Es decir, ya conoce muy bien a sus clientes. Normalmente no son muchos los que logran entrar al lugar, entre más conocidos es preferible, así sean pocos lo que estén. Por lo tanto de lunes a jueves no es muy concurrido, los chicos sólo van esporádicamente en estos días, beben una o dos cervezas y se marchan. El día mas concurrido es el viernes,

donde se puede encontrar el lugar repleto sin algún lugar en dónde sentarse. Este día se percibe un ambiente distinto pues se bailan los diversos ritmos que proporciona el estéreo del señor, se conversa en voz alta, se juega con dominó o cartas y se consume de manera excesiva. La única bebida que se consume es la cerveza en diversas presentaciones, pero cerveza al fin. El tabaco es también muy común y cuando hay mucha gente se mezcla con el ambiente de humedad y olor de cerveza que se tira por los accidentes propios del cuerpo entorpecido por el alcohol. Esta mezcla de olor o tufo se conserva aún el lunes cuando ya han pasado tres días después de un gran viernes.

*(...) “La música sonaba al volumen de siempre y con los ritmos ya acostumbrados de salsa, cumbia, norteña y boleros, de vez en cuando una que otra rolita de rock y ska, algunos chicos bailaban y se mecían desde sus asientos al compás de la música, la cual era interrumpida por el chocar de las botellas al momento de brindar. El lugar despedía cierto hedor a humedad, tabaco y cerveza, lo cual en sí no me es desagradable pues es un bar clandestino.” (Nota de Observador).*

Es así que las características del lugar propician una dinámica diferente a la de otros sitios, ya que aquí las mesas se encuentran muy cerca las unas de las otras y además en ocasiones resulta necesario compartir los asientos o la misma mesa con personas que no se conoce, esto obliga la interacción. Son comunes las charlas que hablan acerca de la escuela en el lugar, así la gente se va reconociendo, se pregunta la escuela o facultad de procedencia y eso desencadena una plática ligera que puede durar mucho o terminar en cuestión de segundos, todo depende de la disposición (y la sobriedad) de los interlocutores.

El lugar es principalmente frecuentado por hombres, quienes beben de manera excesiva. También mujeres frecuentan el bar solo que en una proporción menor, lo que no es menor es su consumo, ya que ellas beben a la par que ellos. Es muy natural observar en las horas tardías del jueves o viernes, varios grupos

de personas *entonadas* que cantan alegremente, gritan, se ríen, brindan, beben, se preocupan, lloran, descansan y se relajan.

No se observa en ningún lugar un permiso para vender bebidas alcohólicas, lo cual puede estar asociado con el precio de las cervezas ya que son más baratas que en los otros bares de los alrededores. Aunque el lugar parece limpio, se ha visto circular ratas y de vez en cuando cierto aroma a cloaca perturba la charla o el trago de cerveza. Si se quiere ir al baño se tiene que ser considerado con las chicas, para ellas está destinado el único w.c. del lugar. Mientras que los chicos deben orinar en una especie de regadera en donde hay un hoyo de desagüe en medio del piso. Afuera de los cuartos hay un bote enorme lleno de agua en donde flota una cubeta que sirve para recargar el w.c. cada vez que es utilizado por las chicas.

El consumo de sustancias ilegales pareciera estar prohibido en este escenario; solo unos pocos se aventuran a fumar un poco de marihuana en pipas, a las afueras de la casa. Esto suele ser un tanto peligroso ya que de acuerdo con los comentarios de los asistentes al lugar, cuando el dueño ha sorprendido a alguno que otro confiado, les niega para siempre el acceso a su casa.

Resulta muy interesante comprender este tipo de escenarios, que si bien no son muchos alrededor de la Institución, posee características que como se mencionó al inicio, lo diferencian del resto de los lugares de consumo. Es aquí donde confluyen una variedad de actores, estudiantes principalmente, aunque en ocasiones personas adultas quienes se mantienen un tanto al margen de la dinámica de los jóvenes. Se observa un respeto recíproco y una aceptación por las conductas de cada grupo. De igual forma, llama la atención el papel de la autoridad al interior de este escenario, las condiciones de ilegalidad y respeto hacia el espacio, al mismo tiempo, la prohibición ante el consumo de sustancias ilegales e irónicamente, la preocupación del dueño por ya no dejar que sigan bebiendo aquellas personas que según sus propios criterios, ya se encuentran en



un estado de ebriedad considerable, ya que en ocasiones les pide que se retiren a sus casas o simplemente, ya no les vende más alcohol.

Es así que en este escenario se entreteteje una dinámica diferente con un elemento en común: El consumo de alcohol. Es por ello que vale la pena detenerse a pensar en las razones que llevan a un joven a acudir a este tipo de escenarios, amén de sus condiciones y restricciones; tal pareciera que la máxima de este lugar, “Este es un hogar, respétalo”, coincide con algunos de los comentarios de quienes allí asisten al decir: “Es como estar chupando en la casa de un cuate”, “es como estar en casa echándote unas chelas”, tal parece que los estudiantes comparten este sentir y es quizás por ello, que este tipo de escenarios cobran una identidad propia dentro del contexto.

Finalmente, nos interesó conocer y describir el fenómeno de consumo en términos de algunos elementos de la cultura de este mismo, poder entender lo que sucede en estos espacios a partir del análisis de determinadas categorías que orientan su comprensión, por lo que a continuación se muestran los resultados del análisis de la fase cualitativa, esto es, la información recabada a través de las entrevistas con consumidores ubicados en alguno de los escenarios estudiados y el análisis de las correspondientes notas de campo elaboradas durante las observaciones en los escenarios de venta y/o consumo.

## **FASE II**

### **Análisis de algunos elementos de la cultura de consumo de los estudiantes**

El siguiente apartado, muestra los resultados del análisis sobre algunos elementos de la cultura de consumo, correspondiente a la segunda Fase del estudio, la cual consistió en observaciones no participantes en siete escenarios de consumo de manera permanente durante dos meses (del total de los cuatro

meses que tomó el trabajo de campo) y la realización de 22 entrevistas focalizadas con consumidores de alcohol fundamentalmente.

## **Objetivo**

Conocer y analizar algunos elementos de la cultura de consumo de alcohol fundamentalmente, de algunos estudiantes universitarios a través de una aproximación etnográfica en siete escenarios de consumo y entrevistas focalizadas con consumidores, para entender mejor lo que ocurre en estos contextos.

Para poder llevar a cabo las observaciones y poder contactar a los entrevistados, se eligieron siete escenarios del total de los detectados en la Fase de mapeo, incluyendo dentro de estos: dos escenarios informales, tres escenarios formales y dos escenarios mixtos para realizar las observaciones. La decisión de cuáles escenarios se observaron tuvo que ver fundamentalmente con:

- a) La magnitud y frecuencia de la actividad de consumo.
- b) La diversidad de actores presentes al momento de los recorridos exploratorios.
- c) Condiciones de seguridad y anonimato favorecedoras para los observadores.

Se trató por tanto, de una elección de escenarios por conveniencia de ubicación, de casos extremos. Una vez definidos los escenarios de recolección de datos, se llevaron a cabo las observaciones correspondientes de acuerdo al objetivo planteado.

## **Recolección de la información**

Para lograr la recolección de la información a través de la Observación no participante se desarrolló la Guía correspondiente (ver anexo 3), por lo que los aspectos a observar estuvieron en función de:

- a) Los recorridos previos que se hicieron para determinar los escenarios de observación, los cuales aportaron aspectos a considerar durante esta etapa.
- b) La revisión de literatura que reporta estudios similares.
- c) Los objetivos del estudio que permitirían conocer aspectos sobre la dinámica y experiencia de consumo.

### **Recorridos**

Se llevaron a cabo visitas por parejas de observadores a cada uno de los escenarios determinados con anterioridad para realizar las observaciones. El tiempo de duración y número de observaciones estuvo determinado por el criterio de saturación de la información. Es decir, tomando como referencia las notas de campo de cada escenario, se decidió en que momento dichas observaciones ya no aportaban información relevante para el estudio y por consiguiente, se decidió que no era necesario continuar observándolo.

A lo largo de este periodo, se logró contactar a estudiantes consumidores que asistían a estos escenarios, a quienes se les realizó una entrevista focalizada (en otro espacio que no fuese el lugar de consumo) para obtener información referente a la cultura de consumo.

Cabe señalar que estos recorridos, implicaban una serie de riesgos que debieron ser considerados debido a las actividades y al tipo de escenarios, por lo

que se contó también, con un manual de riesgos de trabajo de campo (ver anexo 2) como apoyo para los observadores.

## **Entrevistas focalizadas con consumidores**

### **Población**

Estudiantes consumidores de alcohol principalmente, que se encontraron en los escenarios de consumo definidos anteriormente al momento de la observación y que aceptaron participar en el estudio.

### **Instrumento**

Se utilizó una guía de entrevista (ver anexo 4), que fue diseñada para la presente investigación, que sirvió para obtener información respecto a este fenómeno en dichos contextos.

Los principales puntos que se abordaron a través de la Guía fueron:

1. **Datos del observador.** Se refiere a la información general del observador.
2. **Espacio.** Se refiere al tipo de escenario para venta y/o consumo de alcohol y/o drogas, así como al grado de dificultad para localizarlo y acceder a él.
3. **Datos Generales del escenario** (Ubicación, nombre, distancia de la institución, seguridad)
4. **Tiempo.** Se refiere tanto a los días como al momento del día de mayor actividad y los horarios de funcionamiento.

5. **Sustancias.** Tipo de sustancias presentes en los diferentes escenarios de consumo.
6. **Prácticas que llevan al consumo y al exceso.** Se refiere a aquellas estrategias establecidas en los lugares de consumo (promociones, requisitos de ingreso).
7. **Mapa de ubicación.** Ubicación del lugar de consumo (dirección, localización en un mapa).
8. **Legalidad.** Si el escenario cuenta con permiso legal a la vista para la venta y consumo de alcohol.
9. **Dinámica de consumo.** Se refiere a las conductas y prácticas establecidas por los actores durante su permanencia en el escenario.

## **Procedimiento**

La recolección de la información, se inició con el establecimiento de los primeros contactos con los entrevistados durante las observaciones realizadas en siete escenarios de consumo de alcohol ubicados en los alrededores de la institución educativa; cabe señalar que estas observaciones, le permitieron a los entrevistadores, establecer una relación de confianza con los entrevistados, ya que por la naturaleza del tema que se abordaría, se requería de una aproximación gradual con los estudiantes. Una vez establecido el primer contacto durante la permanencia en estos escenarios, se les planteó a los entrevistados el interés de realizarles una entrevista focalizada sobre algunos aspectos relacionados con el consumo en dichos escenarios, la cual se realizó en otro espacio acordado por ambos (cafetería, explanada de la institución, áreas verdes de la institución o salones de clases vacíos). Las entrevistas fueron grabadas en audio y después transcritas y analizadas con el Programa de análisis cualitativo Atlas-ti. Se

cuidaron también, los aspectos éticos y de seguridad requeridos para este estudio tales como el consentimiento informado, anonimato y manejo de los resultados.

Durante la entrevista y el análisis de la información, se cuidaron los aspectos éticos necesarios para salvaguardar la integridad de ambos, entrevistados y entrevistadores; estas consideraciones quedaron especificadas en el formato correspondiente (ver anexo 5).

Una vez establecido el contacto y convencimiento del informante clave, se procedió de la siguiente manera:

- 1) Identificarse como investigador
- 2) Agradecer su colaboración y explicar los objetivos de la entrevista
- 3) Confirmar que el sujeto cumple con los requisitos definidos para ser entrevistado (es decir, que se reconozcan ellos mismos como consumidores de alcohol o drogas a través de preguntárselos directamente).
- 4) Solicitar su consentimiento para grabar su relato (se hizo énfasis en los aspectos éticos de confidencialidad, anonimato y respeto).

### **Conducción de la entrevista**

Se tomaron en cuenta una serie de indicaciones tales como:

1. Iniciar la grabación de la entrevista en un ambiente de confort (comodidad, ausencia de ruidos, etc.) y pedirle al entrevistado que hable claro, pausado y con un tono de voz que pueda ser registrado por la grabadora.
2. Establecer un buen rapport, que el entrevistado se sienta en libertad y confianza de expresar y compartir sus opiniones, sentimientos y expectativas. Facilitar el discurso de la narración, sin marcar ritmos de la entrevista.

3. Respetar los silencios del entrevistado y percibir momentos de tensión, a la vez que se trata de averiguar el porqué y se intenta disminuirla.
4. Conducir sutilmente al entrevistado hacia el tema central cuando se haya desviado.
5. No hacer expresiones físicas o verbales de asombro o molestia frente a las revelaciones del entrevistado.
6. No establecer una posición de supremacía frente al entrevistado. Prestar atención y ser sensible ante el testimonio del entrevistado.

### **Cierre de la entrevista**

Este último momento fue muy importante, pues llegado a este punto, se le dirigieron unas palabras al entrevistado una vez que concluyó su participación en el estudio, en términos de: agradecimiento por su colaboración; hacerle saber que la información que fue proporcionada es muy valiosa y que sólo tendrá fines de investigación y para el desarrollo de conocimiento acerca de éste fenómeno.

Una vez concluido el cierre, se le solicitó al entrevistado su consentimiento y cooperación para el establecimiento de nuevos contactos, amigos o conocidos que pudieran ser contactados para ser entrevistados.

Una vez terminada la entrevista, se procedió a registrar toda la información, es decir, anotaciones de comentarios, llenado de formatos de datos. Disponer todo para comenzar la fase de análisis.

7. Transcripción de cada entrevista.

8. Análisis y clasificación de la información que arrojaron las entrevistas y las notas de campo. Este proceso en particular se detalla más adelante.

### **Método**

El análisis cualitativo es un proceso dinámico y creativo que se alimenta, fundamentalmente de la experiencia directa de los investigadores en los escenarios estudiados. Es un proceso realizado con cierto grado de sistematización que no siempre se hace explícito en las actuaciones emprendidas por el investigador.

Se parte de esta perspectiva con el objetivo de conocer algunos aspectos de la experiencia y dinámica de consumo de los estudiantes, dejando en claro, que el nivel de análisis realizado, sólo pretende obtener un panorama general de este fenómeno, reconociendo que por la naturaleza del método de obtención de datos (Entrevistas focalizadas y Notas de campo) y la cantidad de información, no se realizó un análisis exhaustivo del tema. Sin embargo, los hallazgos permiten colocar a este tema como uno de los ejes fundamentales para entender la experiencia de consumo de estos jóvenes y las particularidades de este contexto, dejando abierta la posibilidad de que en futuras investigaciones se profundice en este fenómeno y se complemente con información obtenida de otras fuentes.

De tal forma, se pretendió:

- Conocer el discurso espontáneo del colectivo investigado en lo referente al conocimiento e identificación, así como los ejes sobre los cuales posicionan espontáneamente, desde su propia manera de pensar y sentir, las opiniones sobre el fenómeno de consumo.
- Conocer el discurso espontáneo del colectivo investigado en lo relativo a las implicaciones, expectativas, motivos y prácticas en general, sobre el consumo de alcohol, es decir, la experiencia y dinámica de este fenómeno

Es posible establecer una serie de etapas u operaciones que constituyen un proceso analítico básico o común a la mayoría de las investigaciones que trabajan con este tipo de datos. Buendía, Colas y Hernández (1997) plantean que el análisis cualitativo supone la confluencia y conveniencia de tres procesos intelectuales con sus actividades correspondientes: A) *de generación teórica:*



exploración, descripción, interpretación y teorización; B) *de expansión y contrastación de hipótesis y/o teorías*: muestreo teórico, casos discrepantes y casos negativos; y C) *analítico manipulativos*: a) reducción de datos: b) disposición y transformación de datos; y c) obtención de resultados y verificación de conclusiones.

En este estudio, se retoma el proceso de *generación teórica, debido a que permite integrar dos momentos de análisis*: la exploración y descripción de la información recabada en los escenarios de consumo y en las entrevistas, así como la interpretación y teorización de estos mediante el uso del programa de cómputo Atlas-ti.

Este programa permitió llevar a cabo en un primer momento, el análisis exploratorio de la información con base en los documentos primarios (Notas de campo y Entrevistas), a partir de los cuales se extrajeron las unidades de análisis o citas que dieron cuenta de los contenidos más relevantes. Dichas citas sumaron en total 1391 y se agruparon en un primer momento en 15 categorías iniciales.

Cabe señalar que estas categorías iniciales se desprenden de los fundamentos teóricos contenidos en la Guía de Observación y de Entrevista, los cuales determinan la forma en la cual está organizada la información analizada en este primer nivel.

La finalidad de la etapa de exploración, fue la de obtener la mayor cantidad de información relevante que permitiera obtener un contexto general con base en el contenido mismo.

El análisis de los elementos de la cultura de consumo de alcohol estuvo conformado por 22 entrevistas realizadas a estudiantes consumidores, algunos de los cuales se contactaron en dichos escenarios y otros más que fueron contactados a través de la técnica de bola de nieve y que admitieron frecuentar y conocer este tipo de escenarios. Aunado a estas entrevistas, se retomaron para el

análisis 228 notas de campo elaboradas por los observadores que permanecieron en los escenarios. De esta forma, el total del análisis de contenido de los elementos que forman los escenarios de consumo de alcohol, estuvo conformado por 250 elementos o documentos primarios a partir de los cuales se obtuvo la información.

Es así que en primer lugar, se muestran de manera general los elementos que conformaron el análisis exploratorio, los cuales sirvieron como base para la etapa correspondiente al análisis descriptivo, describiendo de manera puntual los factores que llevan a parte de la comunidad estudiantil a visitar, consumir y formar parte de la dinámica de consumo de alcohol en los escenarios detectados. Posteriormente, se discuten los resultados con respecto al contenido propio del modelo teórico obtenido.

Al final del informe, se presentan los anexos que contienen el total de citas o unidades de análisis obtenidas, así como de los códigos generales y su definición.

## **RESULTADOS FASE II**

### **Análisis exploratorio**

Como se mencionó anteriormente, este análisis se basó en 250 documentos primarios de los cuales, la mayoría eran notas de campo (228) realizadas en diversos escenarios de venta y/o consumo.

A partir de este material, se eligió la información más relevante la cuál fue sintetizada en un total de 1391 unidades de análisis, que consistieron en párrafos

completos de respuestas de los consumidores o de observaciones consideradas como relevantes. Es necesario mencionar que dichas citas no estuvieron conformadas por palabras aisladas o fuera de contexto, cada cita es un párrafo que se describe así mismo de manera clara y amplia por su propio contenido.

Posteriormente se ordenó y clasificó a cada una de las unidades de análisis dentro de una categoría general cuyo único criterio fuera el de explicar por sí mismo el contenido de los citas, sin comprometerse a un modelo teórico, dado que corresponde a la etapa exploratoria del análisis.

El análisis de esta información se orienta retomando el planteamiento teórico de Thompson (1993), quien como se mencionó anteriormente, plantea un análisis a partir de la comprensión de tres grandes formas simbólicas (entendidas como la manera en la cual podemos comprender los elementos de una cultura): las acciones, los objetos y las expresiones, todas ellas inmersas en un contexto determinado y en un momento histórico particular. A lo largo de este estudio se ha dejado en claro cual es el contexto y el momento en el cual se manifiestan los elementos que podemos pensar como la cultura de consumo; es decir, atender a los espacios donde se generan todas estas dinámicas por parte de los jóvenes, y el momento en que se presentan, esto es, durante su paso por la universidad.

De tal forma, estos tres grandes elementos (acciones, objetos y expresiones), constituyen las categorías fundamentales de el análisis, por lo que se muestran aspectos correspondientes a cada una de ellas, considerando la necesidad de estructurar a partir de estas, una serie de elementos que constituyen cada una de ellas, con pleno conocimiento de las limitaciones que entrañó este estudio, particularmente en relación con aquellos aspectos profundos sobre los significados que constituyen cada una de estas categorías.

De acuerdo con Thompson (1993), el estudio de los fenómenos sociales, en nuestro caso el consumo de alcohol fundamentalmente, no es sólo cuestión de

objetos e incidentes, implica las acciones, expresiones y percepciones propias de un grupo particular, quienes buscan comprenderse a sí mismos y a los demás mediante la interpretación de las expresiones que producen y perciben.

Es así que las categorías permiten pensar los resultados a partir de la siguiente estructura:

**Acciones:** Se refiere a la serie de actividades y conductas relacionadas con el consumo, las cuales cobran vida en un contexto determinado, por lo que se incluye también, lo referente a la dinámica, los espacios y finalmente, las consecuencias experimentadas por los jóvenes.

**Espacio:** características que hacen atractivos a los escenarios y motivos que manifiestan los jóvenes para acudir a estos mismos.

**Conductas asociadas:** Acciones relacionadas al consumo y al escenario.

**Consecuencias:** Efectos y/o resultados del consumo en las áreas social, familiar y personal expresadas por el propio consumidor.

**Objetos:** Particularmente incluye el papel que tienen las sustancias mismas, su presentación y aquellos objetos relacionados durante esta actividad, de esta se desprenden las prácticas y rituales.

**Prácticas y Rituales:** conductas observadas durante las ocasiones de consumo y que se relacionan con este mismo; incluye las reglas y normas propias de los consumidores.

**Expresiones:** Se refiere a los aspectos manifestados por los propios jóvenes, así como el resultado de las observaciones en los espacios de consumo, donde se

analizan las razones para asistir y consumir, y la percepción que tienen de dichos espacios.

**Razones para el consumo:** Motivos o argumentos que manifiestan los jóvenes para consumir.

**Motivos para asistir al escenario:** Razones presentadas por los actores para elegir un determinado escenario, así como aquellas características que hacen atractivos a los escenarios de consumo.

**Percepción sobre el entorno y el consumo:** Son ideas que tiene el joven en torno al consumo y al contexto donde éste se manifiesta.

De tal forma, y en términos logísticos, se podría decir que se pasó de la problemática de analizar miles de citas, a la de poder comprender y describir las relaciones entre varias categorías.

## **ANÁLISIS DESCRIPTIVO**

Respecto al análisis descriptivo, el objetivo fue más allá de la simple exploración de la gran cantidad de datos con los que se contaba. Con el análisis descriptivo, se analizaron los datos de tal forma que pudieran describir los procesos que están relacionados en torno a la dinámica y experiencia de consumo de alcohol en los escenarios detectados. Es así que el análisis cualitativo en su etapa descriptiva, verificaría la existencia de las relaciones establecidas, a través de la agrupación y síntesis de la información.

De esta forma, las diversas categorías de análisis consideradas, permitieron conocer la forma en la cual algunos de los jóvenes que acuden a estos escenarios, establecen dinámicas particulares de consumo de acuerdo a diversos factores, así como la forma en la cual significan esta experiencia.

## **Acciones**

De acuerdo a lo encontrado, existen dentro de las acciones, una serie de elementos que permitirán entender la cultura de consumo. El primero de ellos tiene que ver con los espacios, para poder entender lo que allí ocurre y porque los jóvenes asisten a ellos.

## **Sobre las razones para asistir a estos espacios**

En primer lugar, vale la pena analizar lo referente a la descripción física de los escenarios de consumo como un primer elemento que permite entender el porqué los jóvenes acuden a estos y que incluye a las características físicas del lugar, incluyen la facilidad de acceso que produce la proximidad de dichos escenarios (es decir, una vez que el estudiante se traslada a la institución, poder acceder a los escenarios de consumo es algo muy fácil por la cercanía de dichos lugares), así como por accesibilidad en términos económicos, ya sea por los precios que presenta el lugar, como por el mismo poder adquisitivo de los usuarios.

*(...) pues están así como cerca de las instalaciones, te queda de camino a tu casa, porque es más barato también, como que es accesible no, por que la mayoría de los compañeros están cerca no, entonces pueden ir (Entrevistado).*

*(...) por que es más fácil, tienes una excusa. Dices en tu casa voy a ir a la escuela y en lugar de ir a la escuela pues te vas a tomar con tus cuates y yo creo que también por la accesibilidad que tienen en cuanto a la economía no, son baratos, este también los lugares así cerca de aquí, hay muchos chavos, la música está chida, yo creo que por eso (Entrevistado).*

Respecto a los motivos que manifiestan los jóvenes para asistir a un escenario, el costo de las bebidas aparece como una constante a lo largo de las

observaciones y discurso de los entrevistados, por lo que merece una especial atención este tema. Se encuentra una lógica que responde al poder adquisitivo característico de esta población, donde la premisa fundamental pareciera ser consumir donde sea más barato, aún a pesar de las condiciones del escenario.

*(...) Pues también no, que las chelas no estén muy caras. O sea, por lo general preguntamos cuánto cuesta el cartón en cada uno y ya, así es como se acuerda a cuál vamos (Entrevistado).*

*(...) “Contestaron a mi pregunta diciendo que ellos no conocían otro lugar más que ese y era casi un pecado no ir allí. Me dijeron que la mayoría de ellos (todos hombres no así las chicas) iban casi diario y que la pasaban muy bien. Les comenté que era un buen lugar y me dijeron que era el mejor, ya que podían beber lo que querían y lo que les gustaba a un precio muy bajo. Que entre otras cosas no había que desplazarse mucho y que además era muy cómodo estar con mucha banda haciendo cosas que a todos les gusta hacer. El hecho de poder platicar con gente distinta y de muchas cosas además de compartir bebidas les parecía más interesante, además de que se sentían como en casa, sólo que sin sus papás” (Nota de Observador).*

Otro aspecto relacionado con el costo de las bebidas, propicia lo que muchos jóvenes llaman el “precopeo”, es decir, consumo previo en lugares informales principalmente o en algunos formales donde el precio es muy bajo para después acudir a un escenario con características distintas y en donde las bebidas son más caras, tal y como se aprecia en la siguiente cita:

*(...) “bueno, pues le decimos pre-copeo a, antes de tomar así como, como no se, por ejemplo en un bar vas y consumes mucho no, y por lo general las cuentas son altas; entonces este, pueden ser hasta de 200 pesos no, por personas, entonces pues hay como la costumbre este, de te vas al Superama te compras una chela no, o sea, no excede el costo de a 50 pesos por persona mas o menos y eso pues*

*ya varias no; y pues vas y te las tomas así con tus amigos tranquilo y pues ya llegas así como, pues así medio entonado no, medio ya pedo al bar y pues ya ahí pues consumes, pues ya el consumo no es tan caro” (Nota de Entrevistado).*

Por otra parte, resultó interesante encontrar que muchos de los escenarios formales y mixtos, han adquirido la modalidad de vender únicamente cerveza tamaño caguama (1Lt.) a un precio muy accesible; en algunos de estos lugares se puede comprar esta cerveza por \$22.00, lo que resulta muy atractivo para los jóvenes. Sin embargo, esto trae como consecuencia, el exceso en el consumo tanto en hombres como en mujeres ya que una de estas cervezas en ocasiones es consumida por un joven en un tiempo no mayor a 45 minutos; esto equivale a beber una cerveza de 355 ml. cada 15 minutos, y en la mayoría de las ocasiones, sin ingerir alimentos, lo cual podría en caso dado, aminorar el impacto que genera en un joven tal cantidad de alcohol en tan poco tiempo.

Este aspecto resulta interesante particularmente en el caso de los escenarios informales, toda vez que éstos pueden estar localizados a un costado de un salón de clases, en una de las áreas verdes que forman parte de la institución, en algún estacionamiento, o simplemente en uno de los corredores que son vías de acceso a la escuela.

Las características de los escenarios, con respecto al espacio y ambiente en los escenarios formales muestran una relación entre ambos elementos. Ejemplos de las citas comunes entre ambos elementos pueden leerse a continuación:

*(...) “El lugar tendrá unos 90 metros cuadrados, al principio están unas mesas (algunas personas consumían alimentos), después una estancia con cojines y mesitas, donde se sientan. Continúas y está una escalera de cemento donde se niega el acceso con un cordón, en frente está la barra o cocina, salen y entran los meseros. Después se encontraba la Banda de músicos (rock, ska, punk). Ya al*



*fondo en el rincón están los baños, de damas y de caballeros” (Nota de Observador).*

*(...) “Por lo que noté, a los chicos les gusta estar en la sección del garaje, ya que tiene una atmósfera más íntima y es propicia para platicar, además que se encuentran los baños cercanos...” (Nota de Observador).*

La relación entre el espacio y el ambiente tiene que ver con la aglomeración de estos espacios, como si el hecho de encontrar más gente fuera sinónimo de que el lugar esta bien para consumir y pasar un rato agradable.

### **Percepción del entorno**

La relación que los individuos y los grupos guardan con su espacio territorial, es vital para adentrarse en su subjetividad, ya que habla de cómo ellos se relacionan con su entorno y de qué manera lo perciben.

Se puede decir que los jóvenes perciben su entorno como propicio para el consumo de sustancias legales e ilegales como se ilustra en el siguiente fragmento:

*(...) “Dentro de la escuela. Porque tengo que ir a la escuela todos los días y no tengo la necesidad de moverme de lugar para drogar, na mas voy ahí y ahí está la gente y el patio y ahí es a donde voy, aunque sólo ir y estar; si paso mucho tiempo ahí en la escuela pues ahí lo hago, no tenemos que ir a otros lugares. Porque no hay policía, es un lugar bonito, el ambiente es bonito, la gente es agradable y básicamente porque se puede, porque quieren y se puede” (Entrevistado.)*

*(...) “En general jardines o lugares al aire libre así chidos, la banda ahí se reúne a platicar, como estamos en la **uni** y no hay policía pus la gente ahí es libre y feliz” (Entrevistado).*

Las siguientes citas responden a las preguntas concernientes a la percepción que tienen algunos estudiantes de la existencia de un espacio territorial universitario donde predomina el consumo.

(...) *“Ahh, pues está **pocamadre** para que la banda **cotorree**, platique, se conozca” (Entrevistado).*

(...) *“Son lugares muy agradables y bonitos en los que en general no hay quien se moleste porque fumes marihuana” (Entrevistado).*

(...) *“No pus es que son espacios comunitarios que la gente, a través de las personas, los grupos sociales los van adquiriendo con el pasar del tiempo, puntos de reunión” (Entrevistado).*

(...) *“La **banda** consume adentro de la escuela pues que la **banda**... se genera un ambiente **buena onda**, acá holgado de tolerancia pero también como que, pues que sea tan permisivo y factible que uno se pueda estar drogando en la escuela, también hace que alguna **banda** también no se ponga tanto a estudiar.... Y en los alrededores pues no sé” (Nota de Entrevistado).*

Estas citas refieren la concepción que algunos jóvenes tienen sobre los espacios internos donde se observó el consumo, que asumen como un lugar donde se permiten todas estas conductas, que les garantizan tranquilidad y sobre todo seguridad para poder realizar su consumo. Esta fue una constante a lo largo de las observaciones y entrevistas, esto significa que particularmente se concibe a los escenarios internos como lugares donde pueden realizar comportamientos y consumir sustancias que son mas limitadas en los espacios formales.

### **Conductas asociadas: Ligue y baile**

(...) *“En los momentos en que la gente estaba bailando al música que estaba presente era el reggeton, banda / norteña y salsa. De nueva cuenta pusieron la canción de “I feel you women” y las mujeres le bailaban a los hombres, mientras*

*ellos se quedan casi inmóviles. Dos mujeres o más le bailaba a un solo hombre, también se podían escuchar gritos como “hea hea”, por parte de hombres y mujeres” (Nota de Observador).*

*(...) “Ellas me comentaban que era un lugar muy interesante y concurrido donde podías conocer gente, donde muchos chicos y chicas van a ligar y a pasar un buen rato. Les comenté que era la primera vez que acudía ya que no conocía el lugar, que mi amigo me había llevado y que volvería en otras ocasiones. Las chicas, que ya tenían un tiempo y consumo considerable, salieron del lugar prometiendo vernos para tomarnos unas chelas en otra ocasión” (Nota de Observador).*

*(...) “ las mujeres, son un caso especial las mujeres. Si viene un grupo de mujeres solas no consumen tanto, ellas no vienen a tomar. Las mujeres vienen a bailar principalmente, entonces viene un grupo de mujeres, piden que te diré una cubeta en promedio y toman poquito, lo que están haciendo ellas es bailando; y obviamente pues ya se acerca el hombre le dice: bailan. Ya si le late la vieja a él y el a la vieja, lo que sea, este pues ya de repente los ves empatados por allá no...” (Nota de Entrevistado).*

*(...) “tanto hombres como mujeres bailaban. Incluso en canciones como la Ingrata de Café Tacuba los grupos se forman en un círculo que a diferencia de los formados antes, en estos círculos se abrazan, saltan y cantan lo más fuerte posible. También en otras canciones se puede escuchar cómo algunos cantan, como la de “El Final” y otras tantas en español y en inglés” (Nota de Observador).*

La sexualidad es un aspecto relevante dentro de la vida de los seres humanos y en este caso, para las mujeres, no sólo por sus implicaciones biológicas que guardan relación de manera directa con algunos aspectos psicológicos (Berruecos, 2007; Collins y McNair, 2006; Mariño, Berenzon y Medina-Mora, 2005; Martínez, 2006; Medina-Mora, Berenzon y Natera, 1999;

Medina-Mora, Natera, Borges, Cravioto, Fleiz y Tapia-Conyer, 2001; Thatcher y Clark, 2008). Sin embargo, hay una constante búsqueda de estados placenteros, por lo que resulta atractivo para los jóvenes una ocasión de consumo ya que implica además diversión, situaciones de índole sexual, como son las expresiones afectivas.

*(...) “notamos que conforme iban aumentando el número de cervezas, las situaciones se ponían mas interesantes, ya que después el chico tenía su mano tocando la entrepierna de la chica y ella sólo lo miraba fijamente a los ojos y le acariciaba el pecho, eso fue lo que observé en una de las mesas, a pesar de que el chico bebía mas veces de la botella, parecía como si ambos estuvieran bebiendo a la par” (Nota de Observador).*

El tinte sexual como se describe en el ejemplo citado, está presente durante el consumo. La intensidad con la que se expresa afecto, se mueve dentro de un rango que va desde un simple gesto (beso, abrazo, baile), hasta una situación con tintes cercanos a la intimidad.

A pesar de los breves ejemplos, es posible afirmar que las conductas asociadas al consumo, implican conductas desinhibidas que a su vez fomentan un mayor consumo de alcohol, y otras conductas, como la búsqueda de pareja temporal, por lo que se puede explicar (en este punto) el éxito de los escenarios, la razón de sus existencia y de la afluencia de los usuarios.

### **Objetos y su relación con las Prácticas y rituales**

Atender a los objetos presentes dentro de la cultura de consumo, implica analizar la serie de prácticas y rituales que involucran diversos objetos; en este caso, fundamentalmente las sustancias, ya sea alcohol, tabaco u otras drogas ilegales principalmente.

Esta categoría permite entender algunos de los comportamientos presentes durante el consumo de los jóvenes: cuáles son las diversas conductas, juegos y estrategias que existen para promover el consumo, ya sea por parte de los mismos consumidores o de los responsables de algunos de los escenarios.

Existen factores que promueven que tanto hombres como mujeres se adhieran al mundo de consumo. Dentro de estos factores se puede mencionar los que respecta al lugar, como las nuevas modalidades comerciales, tales como permitir el acceso de las mujeres a las cantinas, las promociones de hora feliz o dos por uno, o los espectáculos exclusivos para el sexo femenino, entre otros (Berruecos, 2003; Montemurro, 2003 & Mas, Varela, & Manrique, 1989).

Las prácticas comerciales también involucran aquellas en donde se incita a los jóvenes a ingerir bebidas que ponen en riesgo la salud; ejemplo de ello son las llamadas “barra libres”; se llegan a tener ofertas en donde no pagaban ni cover, ni consumo las mujeres, siendo México el único país con este formato (Toscano, 2001 ; Rivera, 2001).

Este aspecto guarda relación con el consumo excesivo que suele presentarse entre los jóvenes y que se observa en los siguientes relatos:

*(...) “a las 7:30 pm ingresaron 4 chicos más, quiénes se unieron al grupo que yo observaba, formando ya un grupo de 8 personas, fue entonces cuando ya ordenaron un cartón de cervezas. Al parecer, todos cooperaron para pagar el cartón, ya que sacaron de sus bolsillos dinero que proporcionaron a uno de ellos para pagarle al mesero...” (Nota de Observador).*

*(...) “La mayoría estaba tomando caguamas, de tamaño normal de 935 ml y otros con caguamones o misiles de 1300 mil aproximadamente. La caguama se la pasaban de mano en mano, hasta que se acabara. Ya que se la acababan la ponían en el piso, a un costado de las mochilas; de algunas mochilas sacaban*

*mas caguamas. Se podía observar que las caguamas eran sacadas de unas bolsas negras de plástico” (Nota de Observador).*

*(...) “ El grupo más grande que llegó a sentarse junto a nosotros pidió el paquete 7 con 8 cervezas y el otro grupo pidió la cubeta de 4 cervezas. En el otro grupo, noté que jugaban a tomarse la cerveza de un jalón; el tan mentado concurso de “Fondo-Fondo”, y lo hicieron unas tres veces, ya que les llevaron una segunda ronda de cerveza” (Nota de Observador).*

Dentro de la misma cultura surgen prácticas que conllevan o tienen como fin específico la ingesta; con base a Heath (2000), existen rituales no necesariamente sagrados, con cierta estética y repetitivos a los que se espera que todos se unan, como el brindis. En América latina es común el gesto de levantar el tarro o vaso como señal, para que los demás miembros de un grupo beban; rechazar una bebida se toma como un insulto. Se puede rechazar la bebida hasta tres veces, pero hacerlo una cuarta vez significa el alejamiento del grupo. En el caso específico de México, se realiza el brindis con la conjunción de los buenos deseos, y tomar cruzando los brazos quiere decir que no existe veneno entre las personas.

Para describir esta actividad es necesario esclarecer la situación; primero, diversos juegos pueden estar presentes durante una ocasión de consumo, como los de mesa o azar, como la bajara, los volados, el dominó, el ajedrez, entre otros. Los juegos como tal implican un concurso de habilidades y destrezas que los participantes aplican para ganar, sin embargo estos mismos juegos pueden ser un factor que determina la ingesta.

Una de estas prácticas, consiste en pasar un cigarrillo encendido a cada uno de los participantes. Para empezar, se delimita el número de fumadas que tienen que dar los participantes y el castigo pertinente; para este caso fue ingerir alcohol de manera agresiva. La cita siguiente describe esta práctica;

*(...) “bailaban animosamente entre ellas, mientras rolaban entre sí un cigarrillo, por lo que vi, estaban haciendo una apuesta, pasarían el cigarro entre ellas, a la que se le cayera la ceniza tendría que tomarse una cerveza de un solo trago, o como ellas decían: ¡ la que pierda un fondo!; el cigarro con el que estaban jugando estaba ya a la mitad, por lo que no paso mucho tiempo para que se consumiera totalmente, el cigarro dio tres vueltas y cuando estaba a punto de comenzar la cuarta, a una de las chicas se le cayo la ceniza, por lo que sus amigas, aplaudieron y gritaron diciendo ¡Fondo, Fondo!, la chica moviendo la cabeza en señal de que estaba de acuerdo tomo una de las cervezas de la cubeta... (Nota de Observador).*

Después del castigo se repite el ciclo, aunque no sin antes aprovechar para hacer bromas o bien sacar fotografías. La observación anterior sólo menciona a un grupo de mujeres; sin embargo se puede presentar dentro de un grupo mixto, con resultados similares.

Brindar es un estilo especial de beber, por muchas razones especiales: durante el brindis por ejemplo, se puede decir un buen discurso, o bien surge la competencia de decir el mejor para ganar la simpatía de los presentes. Comprar bebidas es señal de status y de apoyo para que otros beban en tiempo de austeridad económica y viceversa; es decir, se ayudan entre semejantes para beber, este tipo de ayuda es común en todo el mundo. Un aspecto importante que se señala Heath (2000), es que beber en grupo es siempre importante y nunca se debe de hacer solo.

Diversos estudios señalan que las prácticas más graves ocurren en lugares donde se da de beber a los jóvenes mediante diferentes artefactos tales como fumigadores de jardín, equipos de rotación corporal, jeringas gigantes, botas, yardas, o con ayuda de golpes en la cabeza o agitándolos de un lado a otro. Los jóvenes participan en estas prácticas de forma repetitiva y voluntaria, pues en

ocasiones hacen hasta cola (Rivera, 2001). Lo anterior da cuenta del valor que se le atribuye a la persona que “bebe más, que aguanta sin quedar tirando en la calle”, siendo esta instancia el orgullo de occidente (Natera, et al 2001).

Por otro lado, el consumo en grupos de amigos o pares, a partir de cierta edad, la presencia de mujeres en el grupo bebedor puede ser un cierto factor de control. La constitución de grupos mixtos estables o la presencia de la novia en el grupo, limita, aunque sea sólo parcialmente, el comportamiento desenfrenado relacionado con el alcohol. Las mujeres pueden ser más proclives a escuchar a sus compañeros varones del grupo sin necesidad de que éstos sigan consumiendo alcohol para "liberarse" de preocupaciones.

*(...) “noté que de vez en cuando, las chavas que acompañaban a los jóvenes, les pedían que bebieran más despacio, ante esto, ellos solo reían y se hacían burla entre ellos, sin embargo, pude percibir que parecían controlarse un poco en su manera de beber” (Nota de Observador).*

Cuando se comparten las sustancias con uno o más miembros, se trata generalmente de bebidas de volumen o cantidad superior a un trago, como es el caso de las caguamas.

Se relaciona esta práctica, como una protección ante el consumo excesivo; sin embargo las tendencias muestran lo contrario, al presentarse un incremento general en la ingesta por parte de las mujeres (Gómez, 2008; Mariño, et al 2005; Urbano & Arostegi, 2004; Caraveo-Anduaga, et al 2004 & Medina-Mora et al, 2001).

*(...) “Una conducta que pude percibir como factor que propicie el consumo en exceso... fue que al llegar la cerveza al grupo, se rola el vaso teniendo que beber todos, y ya al regresar al primero, en su mayoría de las veces, se había acabado, teniendo que “hacer la vaquera” para comprar otra” (Nota de Observador).*



La práctica de golpear la boquilla de la botella con la parte inferior de otra botella; de esta manera, el líquido (cerveza) se agita y sale precipitado; lo siguiente es que el usuario beba la cantidad que mas pueda; como se ejemplifica a continuación:

*(...) “Y en repetidas ocasiones cuando abrían una cerveza se la daba a alguien y otra persona le golpeaba en la parte de arriba con otra botella. La cerveza comenzaba a espumar por lo que el dueño de la cerveza de inmediato le tomaba cuidándose de que no le cayera encima el liquido. Lo anterior lo realizaron tanto hombres como mujeres (Nota de Observador).*

Aunque no es una regla explicita los actores realizan esta práctica regularmente, inclusive lo toman como un reto o meta. El golpeo, se puede presentar en varias ocasiones, pero se suscita cuando la cerveza aún está llena o con suficiente contenido.

*(...) “..me llamo la atención fue el hecho de que un par de chavos que me pareció ya estaban un poco tomados, portaban un embudo con una manguera, invitaban a la gente a que tomaran de ahí vaciando su cerveza dentro del embudo” (Nota de Observador).*

*(...) “La norma para poder beber, si no obligatoria era sobre entendida por el grupo de brindar con todos los demás y beber. Normalmente aunque no se quisiera beber, muchos brindaban y por lo menos le daban un sorbo pequeño” (Nota de Observador).*

Finalmente, y en particular acerca del consumo de sustancias ilegales podemos encontrar lo siguiente:

*(...) “Depende en qué momento llegues y si está consumiendo en un toque o en*

un **hitter** porque yo fumo marihuana y pues bueno, depende de las circunstancias se **poncha un toque**, alguien saca marihuana, quien tenga; a veces escasea, a veces abunda y es de diversas personas; alguien **saca una sábana donde ponchar el toque** y alguien está destinado a la tarea de **limpiar la marihuana y ponchar el toque**, la ley instituye **que el que poncha, prende** y así generalmente sucede y luego dicen que va a la derecha en general y esas son como las normas comunes, pero es variable, y luego entonces se **rola el toque** hacia la derecha y uno espera su turno; cuando te llega a ti fumas cuanto te es posible y no agresivo para el resto del grupo y después se lo pasas al compañero que sigue, no hasta que se acaba el **toque** no, y ya a veces no da muchas vueltas, y hay veces en las que nadie quiere, al final depende de eso, se apaga o se termina **la bacha**” (Nota de Entrevistado).

A continuación se presenta otro fragmento de entrevista que sostiene y enriquece lo anterior.

(...) “No pus alguien dice **sáquense el toque** y el que tiene se saca y pues en sí, el que tiene decide a quien le encarga la misión de hacer el **toque** entonces... no siempre es así, pero en si, es decir quién hace el **toque**, o a veces él mismo lo hace si le gusta mucho. Limpian y tratan de hacer lo más posible polvo para que sea más fácil forjar el cigarrillo y pues después de que uno considera que esta suficientemente limpio se procede a forjar el cigarrillo... Y ahí hay un dicho que no siempre se sigue pero hay un dicho que **el que poncha y no fuma**... algo así, no me acuerdo bien como es el dicho, pero entonces **el que poncha y no fuma ni las cenizas** o algo así, entonces la idea es que el que ya hizo el cigarro lo prende y normalmente se lo **corre** o se lo da al que haya sacado la **mota** y después ya prosigue la lista de personas que se hayan **apuntado**. Se lo van pasando uno a uno, cuando consideren que ya hayan fumado lo suficiente, igual hay veces que como hay poco, nomás se tiene que fumar lo que se haya acordado entre la banda, así un **tanque** por persona. Se acuerdan dos o uno, y ya se va **corriendo**” (Nota de Entrevistado).

## Expresiones

Esta categoría incluye las razones que manifestaron los jóvenes para consumir, así como información acerca de cual es la percepción que tienen sobre su entorno

### Razones para consumir

Existen diversas razones manifestadas por lo jóvenes, sin embargo, la mayoría de ellos tiene que ver con la asociación que hacen entre el consumo y la interacción con los demás, lo que ellos llaman “pasarla bien”; esto es, se entiende el consumo como un elemento que facilita dicha interacción y en muchos de los casos la justifica.

*(...) “Llegas, te pones cómodo, platicas con la banda y como que te pones a averiguar cómo está la atmósfera, quién está ahí, si hay gente conocida, y ahí si tienes un toque porque generalmente lo que se fuma es marihuana, pus ahí lo sacas y lo compartes si no le pides uno, ahí todos te lo dan, platican, interactúan, conviven... cuando alguien quiere beber, pus igual, ahí dicen que onda, **hay que hacer una vaquera**, hay que **sacar las chelas**, ahí la gente pone, uno por uno, poquito de dinero y se lanzan a la tienda, traen las **chelas** y así **la banda se pone a chupar** y así se agarran unas **pedotas** magistrales... Nada seguir ahí de ociosos, seguir platicando, **la cábula**, bromas, la guasa verbal, es lo que la guasa verbal y el ocio, es lo que continúa siempre después de este **desmadrito**” (Nota de Entrevistado).*

*(...) “No pus antes se **cotorrea**, se empieza a preparar lo que se tenga que preparar, así el **toque** o las **chelas** no, pus en si **na** mas se **cotorrea**, ya durante el consumo pues se **chupa** mientras se sigue **cotorreando**... jugamos unas damas chinas o un go, igual estamos viendo ahí el partido de **fucho**, **pachequeamos** un poco para ir después a jugar futbol o igual pus acá te compras*

tu café y luego vas **pachequear** pa acompañar el café... en si siempre está el **cotorreo**, el **cotorreo** es una constante” (*Nota de Entrevistado*).

Estas citas ejemplifican el hecho de que la dinámica de consumo en los escenarios es un factor determinante en la creación y mantenimiento de conductas pro-consumo de alcohol (y se aplicaría también a otras sustancias); en otras palabras, dan cuenta de los factores sociales que influyen en el consumo de los usuarios.

## **Consecuencias**

De acuerdo a lo encontrado, no se logró identificar la diferenciación que el joven hace de las consecuencias positivas y negativas. Es como si el estudiante estuviese matizando las consecuencias desfavorables con aspectos divertidos y atractivos, lo cual resulta preocupante en estos jóvenes.

(...) *“yo creo que con el alcohol la gente luego pierde sus cosas o hay sucesos violentos...”*, o externalan su preocupación porque comiencen a acontecer actos delictivos: *“...un problema grave que podría suceder, pero ojalá no pase aquí, es que la banda empiece a chacalear, a robar.”*

(...) *“Pues una **banda** muy relajada... ahhh no es cierto, yo creo que con el alcohol la gente luego pierde sus cosas o hay sucesos violentos, yo nunca he visto pero si veo como se están gritando y ya después me voy. A veces como la accesibilidad del **cotorreo** podría influir en que uno no entre a clases pero creo que eso es decisión personal, yo puedo entrar perfectamente **pacheca** a clases”* (*Nota de Entrevistado*).

(...) *“No pus que pueden descuidar sus estudios por el vicio, porque tienen la tentación dentro o muy cerca de la escuela, es muy fácil que caigan hacia el vicio*

*y dejen a un lado las responsabilidades académicas. Pus no consecuencias, pero tal vez el principal problema que podría haber asociado a esto, igual también aquí no pasa, pero igual un problema grave que podría suceder, pero ojala no pase aquí, es que la banda empiece a **chacalear**, a robar” (Nota de Entrevistado).*

Lo encontrado en estas citas, no sólo sostiene lo anteriormente dicho con respecto a la postura relajada ante el consumo de sustancias, sino que además muestra elementos comunes en la percepción de los estudiantes, asociados con alguna de las múltiples causas y consecuencias que dicho consumo tiene en sus personas.

Algunos de los jóvenes hacen referencia inmediata a un ambiente “... buena onda, acá holgado, de tolerancia...” lo que implica tener “... una banda muy relajada...”. Inclusive una de ellas menciona que: “... puedo entrar perfectamente pacheca a clases.”, lo cual da cuenta de que el consumo es visto y asimilado como parte del cotidiano escolar, pasando a ser una actividad más de las que se llevan a cabo, en un día normal de clases.

Sin embargo, también son percibidas algunas de las consecuencias negativas asociadas al consumo, como son el descuido de las actividades académicas; este es un elemento que sobresale y es percibido por los entrevistados de manera conjunta, pues al momento de seguir inquiriendo sobre las consecuencias del consumo, esto fue lo que se obtuvo: “No pus que pueden descuidar sus estudios por el vicio...”, “...alguna banda también no se ponga tanto a estudiar...” y “... uno no entre a clases...”. No obstante hay quien señala que ese tipo de consecuencias son percibidas como el resultado de una decisión personal: “...podría influir en que uno no entre a clases pero creo que eso es decisión personal...”.

Un elemento que llamó la atención es que se hace referencia a la “...accesibilidad del cotorreo...”, es decir “...que sea tan permisivo y factible que

*uno se pueda estar drogando en la escuela...*” significa que los estudiantes “...*tienen la tentación dentro o muy cerca de la escuela, es muy fácil que caigan hacia el vicio...*”. Lo cual habla de que reconocen la existencia del fenómeno de consumo de sustancias y asocian la presencia de éste, a la libertad y permisividad que se vive dentro de la institución, misma que es promovida institucionalmente a través de sus valores.

Como se observó a lo largo de este análisis, se puede considerar al consumo de sustancias, como una manifestación y expresión de los jóvenes y los espacios donde se reúnen para consumir, generando una visión integradora de los elementos contextuales de esta práctica.



## **Reflexiones finales**

Este apartado, contiene una serie de reflexiones sobre los principales hallazgos, donde se reconoce fundamentalmente, que se trata del resultado del estudio de un grupo particular de jóvenes de esta institución, es decir, aquellos que consumen alcohol u otro tipo de sustancias y que asistían a alguno de los escenarios detectados durante el tiempo que duro este estudio.

De tal forma, los resultados de este estudio permiten realizar una serie de reflexiones y análisis en torno a diferentes aspectos. El primero de ellos, tiene que ver con el empleo de una metodología mixta que incluyó un multienfoque como método de aproximación al fenómeno del consumo de alcohol en un contexto universitario. Debido a la complejidad de esta problemática, se pensó este acercamiento al consumo en la población objetivo, desde dos vertientes: la cuantitativa que reveló datos acerca de las características de los escenarios y la aproximación cualitativa por el otro, la cual permitió conocer el fenómeno desde una mirada analítica. Esto es, conocer aspectos presentes en esta problemática y que difícilmente se podría conocer a través de técnicas cuantitativas, que sin embargo si se complementan y pueden ofrecer una visión más amplia y completa del fenómeno. Es aquí donde se pudo privilegiar el análisis de la cultura de consumo en esta población, adentrarse en la naturaleza de ésta en los propios escenarios donde se presenta y en voz de los propios actores participantes y relacionados.

Al considerar que existen diversos factores de riesgo que han sido plenamente identificados en la aparición y desarrollo del consumo en los jóvenes, conocer cuáles son las condiciones que favorecen dichas conductas y cuales son algunas de las consecuencias mas próximas a estos eventos, justifica la necesidad de ir mas allá: poder identificar y analizar cuáles son las condiciones que rodean a los jóvenes estudiantes en particular, de qué forma la presencia de estos factores podría incrementar la posibilidad de que incurra en estas conductas. Permitted también, orientar



este método de aproximación a su estudio y aportar elementos que favorecen el desarrollo de propuestas que busquen proteger a los adolescentes.

Disponer de este bagaje de información es fundamental para la toma de decisiones y para dar respuesta a las necesidades de la población objetivo, estableciendo prioridades en las acciones y los recursos disponibles de acuerdo con la naturaleza de los problemas; también dará la posibilidad de poder conocer en el futuro, el impacto alcanzado por las acciones y cómo reorientar los esfuerzos.

En estos términos, la utilización de una metodología mixta, permitió concebir de manera integral el fenómeno y el contexto en el que éste ocurre. A partir de los hallazgos de estas dos vertientes, se está en la posibilidad de responder una serie de cuestionamientos acerca de lo que está ocurriendo en estos espacios que rodean a los estudiantes, ya que sólo en la medida en que se pueda comprender esta problemática específica, se podrá plantear una serie de alternativas de intervención en materia de prevención y reducción de los daños ocasionados por estas conductas.

Cabe señalar que los resultados se refieren únicamente a un grupo particular de jóvenes universitarios, aquellos que forman parte de esta dinámica de consumo por lo que es necesario manejar dicha información de acuerdo a sus alcances y generalidades ya que como se observó también, existe un número importante de jóvenes que no forman parte de esta cultura, es decir, aquellos que no consumen y que por ende, casi no asisten a estos espacios, los cuales afortunadamente para esta Institución, son la mayoría.

Es así que los hallazgos de este estudio permiten señalar una serie de conclusiones sobre diferentes aspectos del consumo de alcohol en algunos de los jóvenes universitarios que asisten a los escenarios de consumo que fueron estudiados.

El primero de ellos tiene que ver con la contextualización de este fenómeno en términos particulares, y la relación que guarda esto con el panorama global de este

fenómeno en el país, en el cual se ha revelado un incremento en el consumo de sustancias en los jóvenes, así como cambios observados en el consumo, específicamente de alcohol entre hombres y mujeres, adquiriendo la prevalencia en estas últimas, valores similares a los encontrados en la población masculina ((Villatoro, Medina-Mora, Hernández, Fleiz, Amador y Bermúdez, 2005).

Lo anterior coincidió con lo observado durante este estudio, donde se pudo constatar que el consumo de las jóvenes que asisten a estos lugares, se encuentra en muchos de los casos, a la par del de los hombres; dato que debe ser considerado al momento de plantear las alternativas de acercamiento para esta población. Si bien es cierto, la problemática del consumo de alcohol no es reciente, su estudio en un contexto académico desde una perspectiva integral resulta novedoso ya que permite desentrañar una serie de supuestos acerca de lo que está ocurriendo en estos ambientes, donde los jóvenes pasan gran parte de su día, consolidan una serie de proyectos y relaciones, significan una serie de experiencias y realizan una serie de prácticas que les permiten caracterizarse y adscribirse a un grupo en búsqueda de una identidad propia.

Los hallazgos revelaron información acerca de cuáles son las condiciones que rodean a algunos de los estudiantes de esta institución, se obtuvo un panorama del contexto donde se encuentran estos jóvenes, descubriendo que se caracteriza por una serie de espacios destinados o creados por los mismos jóvenes para consumir alcohol y en algunos de los casos, otras sustancias ilegales. Esto cobra relevancia al pensar que si bien esto ocurre, también existen espacios destinados para la promoción de conductas saludables, el fomento del desarrollo de habilidades y la conformación de grupos donde el consumo de sustancias no es un elemento necesario.

De acuerdo a la propuesta teórica de Thompson (1993), fue posible identificar algunos elementos que forman parte de lo que se denomina la cultura de consumo en un entorno universitario. Existe una serie de acciones características de este fenómeno, tales como las prácticas, las conductas asociadas y las consecuencias que se lograron observar a lo largo de este trabajo, todas ellas inmersas en un espacio característico.

Resulta interesante considerar algunos aspectos que hablen de estos lugares, entender algunas de sus particularidades mostradas en la caracterización expuesta anteriormente acerca de cómo es cada uno de los tres tipos de escenarios detectados (Formal, Informal y Mixto).

Este planteamiento considera que las formas simbólicas (en nuestro caso las acciones, objetos y expresiones relacionadas con el consumo), se insertan en contextos y procesos socio históricos en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben estas mismas. Su análisis, implica interpretar las formas simbólicas por medio del análisis de contextos y procesos estructurados socialmente.

Respecto a este último elemento, y de acuerdo con la concepción estructural de Thompson (1993), es posible comprender la cultura de un grupo específico, a partir de la comprensión de su contexto. Esto es, poder entender la forma en la cual las diversas acciones, objetos y expresiones cobran sentido en los diversos escenarios que fueron identificados durante este trabajo. Es así que al mostrar la forma en la que se manifiestan las diversas acciones, objetos y expresiones en dichos espacios, se puede comprender mejor cual es esta cultura de consumo, lo que caracteriza a este grupo en particular, en un momento específico como lo es su tránsito por la universidad.

Diversos estudios reportan que los espacios de consumo representan un mundo separado con sus propias costumbres y valores. Tienden a ser socialmente integrativos y equitativos ya que su función principal es la facilitación para las relaciones sociales. Es bien sabido que en todas las culturas, el consumo de alcohol y otras sustancias es esencialmente una actividad social y la mayoría de las sociedades tiene ambientes específicos designados para consumir sustancias (Morris, Öhmn y Dola, 1998). Por otro lado, Beccaria y Guidonni (2002), encontraron que los lugares en que los jóvenes consumen alcohol, generalmente son sitios públicos que ofrecen música, comida y bebida, o las fiestas (privadas) en casa, cuando los padres se encuentran ausentes.

El espacio geográfico o el lugar donde suelen beber los jóvenes, puede ser muy variado, sin embargo se tiene evidencia de que esta práctica de consumo se presenta en restaurantes, reuniones familiares, fiestas escolares, billares, en la calle, el parque, discos o moteles; siendo los eventos deportivos los menos habituales. De esta manera se considera como un factor determinante en el consumo la zona donde este se presente (Berenzon y Carreño, 1996; Jiménez, Valadez, y Bañuelos, 2007; Mora-Ríos y Natera, 2001; Natera, Borges, Medina-Mora, Solís y Tiburcio, 2001).

Los espacios sociales de consumo son áreas de actividad diferentes de las cotidianas, que dan la posibilidad -principalmente- al joven de expresarse y de ponerse en contacto con otros individuos similares a él, donde se destaca *la función de integración o ecualización social*, [en contextos mayoritariamente] *igualitarios o por lo menos ambientes en donde el orden social prevaleciente puede ser retado* (SIRC 2000: p.39). Se destaca que se da una aprehensión del sitio en donde se desarrolla el consumo, ya que “el lugar reúne condiciones atractivas para las expectativas de cada quien: beber, conversar, buscar pareja, conocer gente, encontrarse con amistades, oír música y sobre todo, ser parte de ese enjambre de jóvenes en movimiento permanente” (Saavedra 2002: p.26).

Todo lo anterior pudo constatarse en lo reportado por lo propios jóvenes, argumentando que el “ambiente” es una de las principales razones que hacen atractivo a un escenario, traducido esto, en el número de personas que allí se encuentran, tal pareciera que la aglomeración les permite realizar una serie de conductas que pierden sentido bajo otras condiciones.

Si se considera que los jóvenes buscan zonas donde la aglomeración sea extraordinaria durante las noches, siendo el único atractivo del lugar la abundancia en bares, alejándose así, lo más posible de un ambiente cotidiano, los lugares o ambientes diferenciados donde se bebe forman parte del ritual. En cada ciudad existen zonas urbanas muy concretas en las que se acumulan los establecimientos de bebidas para jóvenes. Aunque es una relación relativamente circular debido a que los jóvenes

acuden a esos lugares porque hay muchos "locales", y éstos proliferan precisamente allí porque es la zona preferida por la juventud.

Se sugiere además que a pesar de que los jóvenes pasan durante la noche de uno a otro bar, marcan unos límites muy definidos al área de sus movimientos, de modo que a veces una calle determinada es una frontera tácitamente aceptada por todos sin que en todos los casos estén muy claros los motivos de ello.

Este fenómeno resulta interesante al pensar que engloba una serie de factores asociados que permiten entender lo que allí sucede. De acuerdo a los resultados, se pudo observar que el número de escenarios formales, informales y mixtos, resulta significativo, además de contar con una diversidad de ofertas acerca de lo que los jóvenes pueden encontrar en dichos lugares: se encuentran cerca de la institución, lo cual resultó ser uno de los factores importantes, aunado a otros dos, lo que permite pensar que la relación que se da entre estos espacios y el consumo se estructura a partir de una lógica que se establece entre tres elementos principales: Costo-Distancia-Ambiente.

Es decir, de acuerdo a lo observado y reportado por los jóvenes que asisten a estos lugares, el hecho de que exista un gran número de escenarios donde consumir alcohol a bajo precio, que éstos se encuentren próximos a la institución y más allá de eso, que se ubiquen en el trayecto que siguen los estudiantes al acudir a la escuela junto con lo que denominan ambiente, asociado fuertemente con el hecho de que exista buena música y el lugar se llene, incrementa la probabilidad de que un joven decida acudir a éstos, particularmente en el caso de los escenarios formales.

El movimiento constante de personas y grupos, al interior y entre los bares, así como el contacto físico promovido por la música, su alto volumen y poco espacio para moverse, son otros elementos que promueven la interacción social. Otras prácticas, como el invitar a una cerveza o un trago e inclusive el solo acto de brindar implica una relación entre dos o más personas, donde se manifiestan comportamientos rituales, y

se desarrollan relaciones de reciprocidad, similares a las celebraciones de cumpleaños y otras fiestas, así como el haber realizado un examen satisfactoriamente.

En el caso de los escenarios informales y mixtos, se puede mencionar que las principales razones para que los jóvenes acudan a estos espacios, tienen que ver más con el costo y el ambiente, esto es, accesibilidad y permisividad. Generalmente, existe una ausencia de figuras de autoridad y por consiguiente, una sensación de libertad en sus actos. Sin embargo, un aspecto que resultó interesante en los escenarios informales, tuvo que ver con la capacidad de autorregulación observada. Esto es, la autocontención que se genera a partir de los propios consumidores; las reglas implícitas en estos lugares, se manifiestan al observar el mutuo respeto que se da por lo general entre los que allí se encuentran.

La dinámica cambia, comparada con un escenario formal, las pautas de interacción se caracterizan por la búsqueda de nuevas experiencias y relaciones, las conductas permitidas y castigadas difieren también. El consumo de drogas ilegales pareciera ser condición inherente a estos espacios informales donde curiosamente, no se observaron conductas agresivas ni violentas entre los actores, lo cual no quiere decir que no exista el riesgo de que éstas se manifiesten en algún momento.

Específicamente, en el caso de los escenarios formales, se puede pensar que su función principal, se observa en la metáfora que construye a estos lugares como un mundo aparte a la cotidianidad. Son establecimientos o áreas de mayor tolerancia, donde los jóvenes de diversas posiciones sociales pueden expresarse en formas alternativas y hasta transgresoras, que usualmente no serían aceptadas en el hogar u otros espacios públicos (Cortés y Salazar, 2006).

Particularmente en el caso de los escenarios informales se encontró que poseen aspectos que favorecen de alguna forma el consumo, si se piensa en sus características físicas, dado que por lo general son espacios abiertos, principalmente áreas verdes a las que cualquiera que está dentro de la institución puede acceder sin

ningún problema; carecen de vigilancia y en algunos casos, la poca iluminación contribuye a que se genere un ambiente propicio para consumir y tener otro tipo de conductas por las noches. Sin embargo, como se ha mencionado, a estos escenarios se suele concurrir principalmente durante el día.

*“Las personas que entran y salen de los locales, motivan saludos o comentarios intragrupal. Si están dentro de un local, la dinámica es muy activa; a menudo se conocen entre sí, por lo que los grupos están constantemente cambiando de integrantes. Permanentemente los y las jóvenes están pendientes de las personas que están en el interior del local, de quienes entran y de quienes salen o se mueven en ese espacio. También muestran interés por mirar a las chicas o a los chicos.”* (Saavedra 2002: p.50).

Lo que ocurre en estos espacios incluye diversos elementos que confluyen a lo largo de cada evento de consumo: la música en estos escenarios es una característica importante para entender su relevancia en las culturas juveniles, así como en la interacción social dentro de los bares. Se baila solo, en parejas o en grupo, pero en cualquiera de los casos, este es un acto colectivo que llama a la interacción social.

Esto tiene que ver con la forma en la cual se presentan los jóvenes ante los demás, partiendo de algunos elementos que les permiten identificarse con determinado grupo o ideología, siendo su vestimenta uno de ellos, aquello que comúnmente se conoce como la apariencia, acompañada por tanto de ciertas preferencias por determinados escenarios y tipos de música. Es aquí donde las características del escenario juegan un papel importante. Sin embargo, de acuerdo a lo observado, en este contexto se encontró una gran diversidad de ofertas respecto al tipo de escenario. Por lo que no resulta complicado ubicar un espacio donde determinados jóvenes puedan encontrar una identificación respecto a sus preferencias fundamentalmente musicales.

Existen lugares que ofrecen música alternativa, grupera, rock, salsa, etc., encontrando que son de mayor concurrencia aquellos que ofrecen música y espacio para bailar, lo cual cobra sentido al considerar la dinámica que se establece a partir del baile, principalmente la conquista y la seducción.

*“...este es un ambiente en que predomina mucho ruido, por la música a gran volumen, el movimiento de gran cantidad de gente, sus voces, ruidos provenientes de la cocina o el bar, etc. Asimismo, dentro de los bares el espacio es reducido, por lo que las personas están aglomeradas, en las mesas, la barra o de pie... el espacio intragrupal casi no existe. La comunicación verbal dentro de los locales es difícil por el movimiento y la cantidad de estímulos sonoros, por lo que los gestos, señas, movimientos y expresiones que son decodificadas por pares, constituyen la principal vía de comunicación” (Saavedra 2002 p.51)*

Así mismo, muchas de las actividades y servicios del contexto, están concentrados en los espacios de consumo, lo que los convierte en el principal foco de dinamismo, en donde se fomenta la interacción social y la construcción y legitimación de vínculos sociales. Es a través de estas concepciones que se puede entender la función y lógica del consumo de alcohol en estos espacios, partiendo del supuesto de que existen generalidades, así como diferencias entre uno y otro. Esto quedó demostrado en los hallazgos de este estudio, donde se logró categorizar a tres grupos de escenarios (Informales, Formales y Mixtos) pudiendo observar lo que allí ocurre y la forma en que se puede entender este fenómeno desde una perspectiva cultural.

De ser esto cierto, la concentración de escenarios de consumo, debe ser un aspecto primordial para entender la actividad estudiantil, por lo que se puede pensar que estos grupos juveniles conquistan un espacio, lo hacen suyo simbólicamente, y lo ocupan en determinados momentos; en correspondencia con las situaciones construidas por ellos mismos (determinados días o fechas), donde se generan lugares en los cuales se da la posibilidad de exhibir sus estilos particulares. Así mismo, esas modalidades se vuelven poco comprensibles a la óptica adulta.



En estos espacios se busca ver gente y ser vistos, ser validados por los otros. Aquí se expresan y comparten signos externos como la vestimenta y la decoración personal; también se comunican a través del lenguaje corporal y verbal, que consolida y reproduce su relación de pares.

Otra generalidad que caracteriza a estos espacios de consumo, es que se podría pensar en la existencia de dos áreas (sociales y físicas) que diferencian el tipo y el modo de consumo. Relacionado con lo que propone Heath (2000), hay un adentro y un afuera; donde entrar y salir de un establecimiento es una constante, junto con el supuesto de que una persona tampoco permanece toda la noche en un mismo local.

*“Al nivel más fundamental, debemos distinguir entre el tomar en una área abierta o dentro de algún tipo de refugio. La construcción de algún tipo de techo o cortina es en si misma, un acto lleno de significados, representando una frontera crucial entre el mundo natural y el cultural”* (Heath 2000: p.47)

Si bien es cierto, la idea de frontera que maneja el autor, permite dividir, además, dos “mundos” que no tienen que ser necesariamente el natural y el cultural; bien podría hablarse de dos universos culturales o espacios sociales yuxtapuestos o en tensión, que poseen características y significados distintos.

Si embargo, se puede observar que el hecho de beber en un espacio abierto o común (principalmente la calle o un área verde), a pesar de estar en constante observación por las personas que transitan, no presenta una normativa social diferente que regule el comportamiento de consumo y las actividades que se dan relacionadas con la ingesta y los estados de ebriedad; por el contrario, las normas sociales son minimizadas o no existen.

De tal forma, la percepción de un entorno permisivo para el consumo de sustancias legales e ilegales, repercute en la idea y representación que los estudiantes tienen de algunos de los espacios escolares en donde se lleva a cabo, dotándolos de

nuevos sentidos y significados, reconstruyéndolos a partir de sus prácticas e interacciones. Dicha percepción cambia y es re-significada a partir de la práctica del consumo de sustancias.

Es así como el espacio-territorio es reconstruido y dotado de nuevos significados que permiten la aparición de nuevas dinámicas de interacción entre los miembros de la comunidad estudiantil. Esto se debe en gran medida a las características que posee la institución educativa y cómo éstas son reinterpretadas, de tal forma, que impera una idea generalizada de que el territorio universitario es un espacio donde existe libertad, respeto y tolerancia hacia las diversas formas de ser y pensar, así como de sus múltiples manifestaciones: *“como estamos en la uni y no hay policía pus la gente ahí es libre y feliz”*.

Por otra parte, si se parte del hecho de que el consumo es un elemento catalizador de los procesos de socialización, que facilita la interacción social, así como la construcción y reafirmación de vínculos afectivos y emocionales, como parte de un proceso de integración, o afiliación social, donde se incluye la formación de identidades, especialmente en momentos de transición vital como es la universidad, se contempla la idea de que acudir a estos lugares y participar del consumo de bebidas alcohólicas, involucra una ruptura con las labores cotidianas de estudio o trabajo, hacia actividades de ocio o esparcimiento, lo que implica conductas más relajadas y de menor estrés, por lo que la considerable representatividad de los jóvenes en esta dinámica de consumo es un elemento esencial en la comprensión del uso social de los espacios.

Esta dinámica, particularmente en los escenarios formales, lejos de aparentar desorden, mantiene “reglas” o normas de comportamiento que responden a lógicas específicas que están reguladas por la interacción donde *“...los comportamientos problemáticos son usualmente no tolerados por el dueño, por la clientela o por el mismo grupo de pares. La manera en que los anfitriones y regulares cooperan para mantener el orden y excluir a las personas problemáticas es un ejemplo del microcosmos del fenómeno llamado control social informal, ejercido por consenso popular, sin utilizar recursos legales o de poderes políticos (Heath 2000: p. 51).*

Este aspecto se destaca en el momento -por ejemplo- cuando alguien se pasa de tragos y hay que sacarlo, porque molesta, se está durmiendo o llega a grados de intoxicación abierta, con un claro descontrol viso-motor; sus compañeros son los encargados de cuidarlo y de llevarlo a un sitio seguro. Sin embargo, esta dinámica se ha visto violentada en los escenarios principalmente formales donde se realizaron las observaciones, ya que desafortunadamente, los comportamientos agresivos han cobrado cada vez mayor presencia en estos espacios, convirtiéndose en un medio de control o resolución de las diferencias entre los consumidores; inclusive entre mujeres, que sin ningún aspaviento, desatan escenas de violencia física con consecuencias graves, tales como la presencia de la policía o de los servicios médicos debido a la gravedad de las lesiones. Tal parece que el control se ha perdido en estos escenarios, producto del consumo excesivo y la falta de medidas de seguridad.

De este modo, el control social informal requiere de un tipo de aglomeración de pares, entendido a grandes rasgos como el grupo de personas que consume alcohol. Se plantea una primera división: el *consumo de iguales* (solo hombres o solo mujeres) y el *consumo diferenciado* (donde el grupo contiene tanto hombres como mujeres); ambos van a tener comportamientos diferentes.

Dentro de una estructura de poder, el consumo diferenciado va a estar regulado según la cantidad de hombres o de mujeres que compartan el espacio. En el caso de que una mesa en su mayoría de hombres, las actitudes, la velocidad en el tiempo de ingesta, el recato y los grados de exposición a la ebriedad van a estar definidos por los intereses y las pautas que marque ese grupo. Las mujeres siendo minoría se verán (en la mayoría de las ocasiones) llevadas o delimitadas por la actividades que propongan los hombres. De manera similar ocurrirá en caso contrario. Sin embargo, donde se ven las diferencias más importantes es en el consumo de iguales. Un grupo de mujeres o de hombres toma alcohol de forma diferente cuando está “cobijado” por su género.

Es importante considerar estas diferencias entre escenarios, ya que no significa lo mismo acudir a un espacio formal para beber fundamentalmente, que estar en un

escenario informal, ubicado dentro de la institución. Las características de cada uno de estos, tienen que ver principalmente con la tolerancia de cada escenario. Mientras que en un espacio formal el consumo de sustancias ilegales está prohibido en su mayoría, en un espacio informal parece condición inherente, lo que tiene que ver de acuerdo a lo observado, con la ausencia de autoridades que impidan estas conductas. Es decir, los jóvenes se están apropiando de espacios comunes dentro de la institución ante la ausencia de actividades alternativas en estos escenarios.

Esto lleva a considerar las particularidades de cada escenario para poder entender las diversas acciones que allí se presentan, entendidas como conductas asociadas, prácticas y consecuencias, y sobre lo cual se puede llegar a algunas conclusiones.

Específicamente respecto a los niveles de consumo que se observan en esta población en particular, se puede mencionar que el exceso permea la conducta de estos jóvenes, donde pareciera ser que la búsqueda de estados de embriaguez inmediatos es condición inherente a su permanencia y significación de la ocasión de consumo.

Los niveles de consumo están condicionados por las prácticas y rituales que lo promueven, principalmente entre los jóvenes, dentro de los cuales existen juegos y/o concursos que dan pauta a un ritmo de consumo; lo regula y en casos específicos lo acelera. Además, dichas prácticas se enmarcan en un contexto de grupo, y por decirlo de alguna manera con cierta exclusividad, ya que los participantes son limitados.

Dentro de las prácticas y/o conductas realizadas por los jóvenes durante su consumo llama la atención el famoso “hidalgo”, donde el joven toma la bebida de una manera rápida y agresiva. Otro ejemplo es el caso de la “cucaracha”, que se toma en un vaso *de cristal*, se le pone un popote, se le prende fuego, y el consumidor se tiene que acabar la bebida antes de que se queme el popote. En ambos casos es poco común verlo en reuniones de adultos y en esencia es una práctica con la que se pretende

llegar a un estado de embriaguez, y así poder estar a tono con la diversión; logrando desinhibirse, sacar sus miedos, vivir momentos fuera de un estado de control, rodeado de sus amigos (Rivera, 2001).

Se puede hablar entonces sobre la combinación de bebidas comerciales con fines de embriagarse rápidamente y obtener el efecto deseado. Se considera entonces que el consumo permite entablar relaciones sociales y promueve en la persona conductas despreocupadas, irresponsables y fuera de la realidad (Arana, 1999; Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007). Se presenta además euforia leve, la persona se vuelve más hablante, hay aumento de auto confianza, y desinhibición (Centro de Información sobre Salud y Alcohol, 2007).

Se observó que no sólo se comparte el gasto del alcohol a consumir, si no que también se comparte la sustancia. La ingesta moderada en las jóvenes mujeres puede relacionarse con la práctica de compartir, pues se tiene reporte que mientras un varón consumía una caguama el solo, las mujeres la compartían. Se relaciona esta práctica, como una protección ante el consumo excesivo; sin embargo las tendencias muestran lo contrario, al presentarse un incremento general en la ingesta por parte de las mujeres (Gómez, 2008; Mariño, Berenzon y Medina-Mora, 2005; Caraveo, 2004; Medina-Mora, Natera, Borges, Cravioto, Fleiz y Tapia-Conyer, 2001; Urbano y Arostegi, 2004).

De tal forma, es posible identificar ciertas características de la identidad grupal, cómo esta opera como perspectiva de lectura y percepción de la realidad social. También es posible observar la importancia que tiene para el grupo el acto de compartir, mediante esta actividad, éste se mantiene unido y cohesionado, *rolando el toque, armando la vaca*, de esta manera los sujetos “*platican, interactúan, conviven...*”. *Sacar las chelas y ponerse a chupar*, es una actividad bien vista por los estudiantes, e implica organización y coordinación con el fin de crear el ambiente propicio para conversar y pasar un buen rato con los amigos al calor de los alcoholes, *la cábula y el desmadrito*.

Dentro de la cultura mexicana esta práctica se puede considerar como una practica entre amigos y familiares; sin embargo se observa que también se realiza con desconocidos. Aunque no se establece como regla o condición consumir la bebida, se tienen observaciones en donde el grupo lo acepta y como consecuencia se presenta el consumo y en ciertos caso el exceso (Rivera, 2001).

Por otra parte, y en términos de las conductas características de esta cultura de consumo, se puede asumir a estas mismas como parte de las acciones que conforman este fenómeno (en términos de Thompson) (1993). Otra más de las formas simbólicas que permiten su análisis, se puede mencionar que en cuanto a la dinámica concerniente al consumo de marihuana en particular, las expresiones relacionadas a éste, así como los rituales y estatutos que se siguen, mismos que han sido creados, consensuados y compartidos por todos los miembros del grupo, lo cual implica la presencia de una identidad grupal. El repartir las tareas orientadas al consumo, implica un fuerte sentido de cohesión grupal, ya que el producto del trabajo de algunos de sus miembros, será disfrutado por el resto por igual, siempre teniendo en cuenta, compartir la sustancia de manera equitativa y de una forma “... *no agresivos para el resto del grupo...*”.

Se puede apreciar, la práctica de consumir sustancias ilegales viene acompañada por un ritual específico que implica el conocer y adscribirse a ciertas reglas como *el que poncha, prende*, que trascienden al simple momento del consumo, y quedan instauradas mediante dichos o refranes que los mismos miembros del grupo comparten y aceptan: “*el que poncha y no fuma ni las cenizas*”. También se encontraron coincidencias en cuanto a la cantidad permitida para el consumo, habla acerca de un consenso previo con los miembros del grupo, dependiendo si la cantidad de sustancia es suficiente para satisfacer a todos los miembros, de lo contrario, se acuerda un número específico de *tanques* para mantener cierta equidad y mantener al grupo cohesionado.

Otra de las prácticas asociadas es la búsqueda de pareja, aspecto que resultó constante a lo largo de las observaciones. Tal pareciera que estas prácticas, influyen y son influidas por la forma en la cual son percibidos los efectos y las consecuencias del consumo.

En este punto, entra en juego la acción del “ligue”, que es básicamente una intención por conocer a alguien del sexo opuesto que se encuentra en un bar; el éxito o fracaso dependerá de una serie de aspectos, entre los cuales media mucho el lenguaje corporal. Lo interesante del hecho es que a medida en que se toma, los efectos desinhibidores del alcohol ayudan a que se pierda la vergüenza y el miedo al rechazo, a ejecutar o llevar a cabo la acción, lo cual facilita enormemente la conversación y el contacto físico.

Dentro de las relaciones interpersonales, la pareja y los amigos fungen un papel importante dentro de las redes sociales; están presentes expresiones de cariño, confianza y comprensión. Estas prácticas, no eran exclusivas de “parejas”; si no que de igual manera se manifestaron entre amigos, sin mostrar diferencias entre mujeres y hombres.

Además de esta serie de conductas, se pudo observar que el consumo de sustancias legales o ilegales no es privativo de que se realicen actividades al margen de éste. Resulta sumamente interesante en dicho aspecto, ya que muestra diversas actividades que pueden ser consideradas como formas de cohesión grupal (jugar fútbol, damas chinas, go), las cuales son conjugadas con el consumo de sustancias, lo que habla de una postura abierta y relajada al respecto, en donde dicha actividad **es vista con normalidad** como parte del **cotidiano escolar** y forma parte de las actividades recreativas de la comunidad estudiantil.

Dentro de las principales razones reportadas por los jóvenes para consumir, existen las que tienen que ver con la búsqueda de placer fundamentalmente, como ellos lo refieren: pasarla bien y estar con los amigos. Esto lleva a pensar en la

necesidad de incorporación a un grupo y por consiguiente, la conformación de una identidad. Así mismo, cabe mencionar, que estos jóvenes en particular refieren razones relacionadas con la diversión y satisfacción inmediata, con el hecho de ser joven adoptando al consumo como una moda. Tal pareciera que el consumir se convierte en un acto necesario durante su tránsito por la institución.

Es de llamar la atención también, que algunos jóvenes justifican su consumo por el simple hecho de que es viernes, a que hace calor, o que hay tiempo libre, razones suficientes para acudir a uno de los espacios donde pueden hacerlo. Sumado a esto, se encuentran los motivos que manifiestan para asistir a determinado escenario, los cuales fundamentalmente se refieren a tres elementos: Costo, Ambiente y Distancia. Siguiendo este mismo orden, se puede pensar que la elección de un escenario está determinada por esta jerarquía. Es decir, congruente con la condición de estudiante, se piensa primero en el costo de las bebidas para posteriormente analizar el ambiente, entendido éste como el hecho de que haya mucha gente y buena música. Como si la cantidad de gente garantizara la diversión, y la posibilidad de encontrar pareja de acuerdo a lo observado; para finalmente, considerar la distancia a la que se encuentra el escenario, la cual queda subordinada a los dos aspectos anteriores.

Finalmente, en lo que respecta a las consecuencias relacionadas al consumo, resultó interesante el hecho de que a pesar de que una de estas, fundamentalmente en los escenarios formales, fue la violencia física y verbal, ésta ha sido incorporada como parte de la cotidianeidad y de la experiencia misma del consumo. Tal parece que los jóvenes que acuden a estos espacios asumen la violencia como parte del contexto. Inclusive se puede pensar que hay una búsqueda del riesgo ante este tipo de conductas, lo cual resulta significativo al momento de considerar los costos que esto implica para todos los involucrados, y de manera directa para la institución ya que se traduce en pérdida de la salud y del aprovechamiento de las capacidades de sus estudiantes.



Se puede pensar entonces, que la búsqueda constante de nuevas experiencias, del cambio, la transgresión, se forma por las relaciones que mantienen con su entorno. Por lo que los lugares dedicados al consumo también *“plasman inquietudes, metas, creencias, dudas y muchas otras opiniones, pensamientos y sentimientos de los y las jóvenes; pero lo más evidente es que se juntan en ese lugar porque se sienten bien, se divierten entre ellos(as), se sienten reconocidos por los(as) demás, y el espacio físico, entonces es integrado afectivamente a estas experiencias e interacciones (Saavedra 2002: p. 4).*

*“...la noche es un espacio tiempo eminentemente joven, allí se monta una enorme oferta de lugares para quienes no se cansan; un espacio-tiempo que no concuerda con los ámbitos de la producción, pero que no por ello queda fuera de la lógica de mercado.”* (Schimel 1996: p 95. Citado por Saavedra 2002: p. 13).

De tal forma, estos espacios sociales de consumo son áreas de actividad diferentes de las cotidianas, que dan la posibilidad, principalmente, al joven, de expresarse y de ponerse en contacto con otros individuos similares a él, donde se destaca *la función* de integración o ecualización social, [en contextos mayoritariamente] igualitarios o por lo menos ambientes en donde se puede retar el orden social prevaleciente. Se destaca que se da una aprehensión del sitio en donde se desarrolla el consumo, ya que el lugar reúne condiciones atractivas para las expectativas de cada quien: beber, conversar, buscar pareja, conocer gente, encontrarse con amistades, oír música y sobre todo, ser parte de ese enjambre de jóvenes en movimiento permanente.

Los significados y representaciones construidos en esta interacción social, se pueden considerar como detonadores en la generación de vínculos sociales. En resumen, el uso que los jóvenes dan a este espacio, está enfocado en la formación y reafirmación identitaria, donde se destaca su condición de punto de encuentro, según Saavedra (2002: 51), *“la finalidad de ir a estos lugares pareciera repartirse entre encontrarse con personas conocidas y estar en el sitio, ser visto ahí y por tanto*

*reconocido como uno de ellos. También al ser reconocido por otro me siento confirmado*". Esta filiación social, se refiere principalmente a la conformación de identidades.

Así, los jóvenes en la búsqueda de su propia identidad, además de experimentar un periodo de transición, afrontan diversas situaciones de acuerdo a los contextos culturales en que se desarrollan, como puede ser la calle, la familia o amigos y en este caso la escuela o universidad, entendida como el lugar donde se manifiesta este fenómeno.

Nateras (2004) por su parte, sostiene que uno de los puntos de partida es considerar que las prácticas sociales de la mayoría de los jóvenes así como sus manifestaciones culturales se pueden mirar bajo la siguiente premisa: la actuación o acción es local-regional, aunque dicha actuación se tendría que reflexionar globalmente. Esto significa que no se podría comprender en su plenitud la noción juvenil contemporánea, ni cualquier otra condición etaria o de sector poblacional, sino a partir de sus trazos relacionales y la articulación entre los contextos en que se producen, en este caso la escuela.

De este modo podría considerarse que dentro de las prácticas sociales de los jóvenes, se encuentra el uso social de alcohol, incorporándosele más como uno de los artefactos o accesorios que acompañan a las acciones sociales y las expresiones culturales de determinados jóvenes. De tal suerte que ahora el alcohol y las drogas ilegales son una mercancía de bienes materiales con valor simbólico que entran en el circuito del mercado globalizado, son un producto más, por lo que hay determinadas drogas en la lógica de la oferta y la demanda dirigidas particularmente al mundo juvenil, asociadas a determinadas circunstancias y consecuencias (Nateras, 2004); siendo de particular interés, el consumo de alcohol.

Para un gran número de jóvenes, y especialmente para los estudiantes, el proceso de definición de la propia identidad en esta etapa vital, y la falta de vinculación

directa y estable respecto al mundo del trabajo, los predispone a adoptar identidades provisionales que, se dan preferentemente en el ámbito del ocio, encontrando en el cotidiano de la universidad, diversos huecos en el tiempo que permanecen en la institución, lo cual coincide con lo encontrado, donde los jóvenes manifiestan dentro de las razones para acudir a un escenario de consumo, al existir demasiado tiempo libre entre clase y clase sumado a la cercanía y accesibilidad de las sustancias; inclusive es muy probable que los estudiantes vayan a consumir y regresen a clases en periodos de tiempo muy cortos.

Esta propuesta considera que una de las cuestiones centrales de la juventud es la construcción de la identidad, que en ese momento se encuentra en proceso para definirse de alguna manera, como adolescente diferente. Para hacerlo utiliza los materiales y las prácticas que tiene a su alcance, siendo una de estas prácticas el uso de alcohol.

Aunado a esto, se considera el planteamiento de Artiaga (2004), quien pretende explicar y analizar la diversidad adolescente en función de los territorios escolares, a partir de la explicación del proceso de homogenización de espacios que se da. Plantea que la escolarización crea contextos para ser joven, facilita un tiempo, unas interrelaciones, unos entornos para ejercer como adolescentes, para aprender a ser jóvenes. Las escuelas son espacios y contextos para los procesos de afirmación, confrontación y diferenciación. En ellos se crean y se descargan tensiones y entusiasmos de las incomodidades y agobios. En ellos interactúan las adolescencias diversas, los estilos de vida incipientes, las culturas juveniles a las que empiezan a adscribirse.

Se puede pensar por tanto, que en estos espacios, los jóvenes se afirman y se confrontan en la vida cotidiana de las aulas. A partir de ella se confrontan con la diferencia (por género, origen, cultura, dificultad o limitación, pertenencia social, etc.) y buscan su propia idiosincrasia, construyen sus redes de relación y solidaridad emocional. De forma especial, la escuela se convierte en el espacio para la

confrontación con los adultos y a su vez es una posibilidad para construir una relación de proximidad y ayuda con unas personas adultas que no son sus padres y madres y que, en principio, no tienen el encargo de dedicarse a su control; también es un espacio para la confrontación con las pretensiones adultas, concentradas en las imposiciones, paradigma muchas veces, del marcaje adulto que dicen tener que soportar.

Las prácticas adolescentes, la construcción y el ejercicio de sus adolescencias dependen de un conjunto de interacciones a las que Artiaga (2004) denomina presencias; es decir, de las formas adolescentes que en un contexto y tiempo determinados aparecen en su proximidad como posibles, atractivas o rechazables.

En los diversos territorios escolares y en momentos distintos predominan unas u otras, se ponen de moda por las influencias que conforman la construcción de jóvenes; son viables en función de las limitaciones y posibilidades que arrastran como bagajes personales y colectivos.

Ser joven de una u otra forma, concretar este proceso de formación dependerá mucho del conjunto de prácticas con las que se encuentre cada uno; basta echar una mirada a los escenarios, escuchar sus lenguajes y considerar las relaciones para ver que, incluso en condiciones sociales similares, las formas de ser joven en cada ambiente es muy diversa. Las diferentes composiciones de juventud crean formas dominantes y contrapuestas de ser joven en cada territorio escolar.

Específicamente, al hablar de jóvenes en contextos escolares, la escuela resulta trascendental en la búsqueda de su propia identidad, al vérselo como el espacio principal donde habrán de desarrollar su propia personalidad. La escuela vista como una institución donde los jóvenes deberán cultivarse, desarrollar competencias profesionales, practicar algún deporte, recrearse, establecer relaciones interpersonales, y es donde además, concurren culturas diversas, entre otras cosas.

Al considerar la concurrencia de una diversidad cultural en la escuela, muchas son las prácticas y expresiones de los jóvenes, en las que de acuerdo a sus metas principalmente y a su desarrollo profesional, los jóvenes como estudiantes pueden verse vulnerables por factores que concurren a diario como son el uso y abuso de alcohol, el tabaco, la marihuana y otras sustancias.

De este modo, la escuela puede ser vista como un contexto cultural donde los jóvenes ponen a prueba sus recursos durante la búsqueda de una identidad. Como un espacio en el que el consumo de sustancias legales e ilegales será un factor latente, en el que de acuerdo a las oportunidades propicias será el propio alumno quien decida iniciar o no, estas prácticas de consumo, o en su caso ser absorbido por las mismas prácticas sociales de su grupo.

Por lo tanto, por imitación o por afirmación contrapuesta los jóvenes se definen en función de los mundos jóvenes con los que interactúan, de allí la importancia de comprender estos contextos y lo que allí sucede.

Todos estos elementos permiten por tanto, comprender aún más, algunos elementos de lo que consideramos la cultura de consumo de estos jóvenes en un contexto universitario, poder identificar las diferencias de los diversos escenarios y de las acciones, objetos y expresiones allí manifestadas, así como sus generalidades.

Poder adentrarse a estos espacios implicó atender a lo que allí ocurre y a quienes allá asisten, más allá de sus diferencias o predilecciones. Finalmente todos ellos son jóvenes compartiendo un mismo espacio, regulados por el consumo de alcohol u otras sustancias. De tal forma, se puede pensar en estos lugares como espacios de encuentro y significación, de búsqueda pero también de transgresión donde los estudiantes están acudiendo regularmente y que de alguna forma, están encontrando razones suficientes para seguir asistiendo. Poder comprender estos espacios coloca al lector, en la posibilidad de comprender de manera integral este fenómeno, aunado a los resultados de las dos fases de este estudio.

Es por ello que a partir de aquí, se propone que es posible hablar de ciertas particularidades en el consumo juvenil de este grupo en particular, donde intervienen una serie de aspectos que están directamente asociados con la condición de ser estudiante. Al mismo tiempo es posible plantear una diferencia en este consumo y el de otros contextos determinados. Los estilos de vida, en muchas ocasiones respaldados por la imagen que se construye alrededor del alcohol, se permean de lo académico, lo económico y lo ideológico, resultado de una formación intelectual (educativa), que da la posibilidad al individuo de manejar un bagaje de información mucho más variado y con ello la capacidad de interpretar y construir su mundo social.

Finalmente, se plantean las implicaciones de este estudio a partir de la comprensión de este fenómeno en términos de los elementos de la cultura de consumo analizados y de los contextos en los que se manifiestan.

## **Implicaciones y sugerencias**

En este apartado, se muestran las implicaciones, alcances y el planteamiento de algunas alternativas en el abordaje de este fenómeno, desde una perspectiva fundamentalmente contextual, a partir de las aportaciones acerca de la evidencia sobre cuales han sido las estrategias de intervención mas efectivas para resolver esta problemática, a partir del análisis de los contextos, de forma tal, que se logren integrar los hallazgos acerca de las condiciones que rodean a los estudiantes de esta universidad y de la forma en la cual están vivenciando y significando esta experiencia.

Uno de los primeros elementos de análisis, es el hecho de haber encontrado un número significativo de escenarios de venta y/o consumo de alcohol y otras sustancias, de los cuales, por lo menos el 90% de ellos se encuentran en un perímetro no mayor a los 500 mts. alrededor de la institución, factor que como se vio, juega un papel importante en la accesibilidad que tienen los estudiantes para acudir a ellos. Es decir, de alguna forma, los estudiantes de esta institución están rodeados de un gran número de escenarios donde pueden consumir, el alcohol es barato, y la variedad es amplia. Sin embargo, esto no implica necesariamente, que todos los alumnos acudan a estos espacios, ya que de acuerdo a lo encontrado, son solo un número menor de estudiantes, comparado con el total de la población estudiantil, los que asisten a estos escenarios.

Esto requiere revisar algunos aspectos que tienen que ver con la regulación que existe de los espacios, principalmente externos. Se pudo constatar que el mayor porcentaje carece de un permiso legal para la venta de alcohol y su consumo ahí mismo, esto quiere decir que se está actuando bajo el amparo de la ilegalidad, lo que podría explicar de alguna forma, la ausencia de control al interior de estos escenarios, los bajos costos de las bebidas y las condiciones de seguridad ínfimas que caracterizan a estos lugares. Más allá de esto, es

cuestionable la política que permite su ubicación en un área tan cercana a una institución educativa, ya que como se observó, el factor de la distancia incrementa la probabilidad de que los jóvenes acudan a estos lugares.

Se plantea por tanto, la necesidad de elaborar propuestas a nivel local y Federal, que busquen modificar los reglamentos existentes respecto a la ubicación de este tipo de espacios cerca y en los alrededores de las Instituciones Educativas, ya que actualmente no existe limitación alguna para este tipo de negocios en relación con las Instituciones de nivel medio superior y superior. Esto en congruencia con los reportes de la literatura de otros países, donde esta ha sido una de las medidas efectivas en la modificación de el consumo en la universidades (Scribner, 1995; Gruenewald, 1993).

Dichas propuestas, respecto a la regulación de estos escenarios, deben incluir analizar los requisitos que se les piden a estos lugares para otorgarles un permiso de venta de alcohol y de que forma están distribuyendo el alcohol a los jóvenes. En el caso de las tiendas de autoservicio cercanas a la institución, no se les pide ningún tipo de identificación para comprar alcohol, lo cual podría ser una de las medidas propuestas para garantizar que no se presente la venta a menores. Por otro lado, los horarios de venta deberían de ser limitados de acuerdo a los días de la semana, tal y como se ha logrado establecer en otros países, esto con la finalidad de que los jóvenes no puedan comprar alcohol a altas horas de la noche.

Se considera por tanto, que esta propuesta incluya además, recomendaciones respecto a la distancia mínima en la cual se establecen los escenarios donde se venda alcohol para consumir en el mismo lugar. Dichos lugares tendrían por lo menos, que ubicarse a una distancia mayor a 1 Km. de cualquier institución académica, ya que de acuerdo a los resultados, la mayoría de



los escenarios donde los jóvenes acuden, se encuentra a una distancia no mayor a 500 mts. Para los estudiantes no representa mayor esfuerzo desplazarse esta distancia para acudir a beber e inclusive, regresar a clases.

Si a esto se suma el número de escenarios ubicados dentro de la institución, se observa entonces, que esta problemática ha cobrado una relevancia significativa. Los jóvenes están acudiendo cada vez con mayor regularidad a estos lugares, ya sea dentro o fuera de la institución; el consumo es tolerado cada vez más e inclusive promovido en el caso de los escenarios externos. Los estudiantes ya no lo ocultan dentro de las instalaciones y la respuesta de los encargados de la vigilancia al interior de esta misma, es prácticamente nula.

Así mismo, el haber detectado los lugares en donde están adquiriendo preferentemente las bebidas los estudiantes, las rutas que siguen para ingresar a la institución, y cuales son los principales escenarios donde están consumiendo, permite la posibilidad de proponer medidas específicas a nivel del contexto.

Se pudo observar que resulta fácil ingresar bebidas alcohólicas y otro tipo de sustancias, lo que requiere de una serie de medidas que eviten que esto suceda. Sin embargo, debido a las características físicas de las instalaciones, resulta complicado vigilar todos los accesos.

De tal forma, y de acuerdo con la literatura, se ha observado que son diversas las estrategias que han demostrado una mayor efectividad en la reducción del consumo en determinadas poblaciones. En este caso, nos interesa impactar en el consumo que se presenta dentro y en los alrededores de la Institución, sin embargo, se reconocen las limitaciones para modificar las leyes existentes respecto a la regulación de los escenarios externos, por lo que se debe pensar inicialmente, en poder incorporar propuestas sobre la modificación contextual hacia el interior de la Institución, se requieren una serie de medidas respecto a diferentes factores:

## **1. Formar adecuadamente a los encargados de la seguridad y vigilancia al interior de la Institución.**

Establecer un programa de formación de estos recursos para que logren adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para atender y manejar este fenómeno al interior de la Institución. Esto incluye capacitación respecto a las habilidades de detección temprana y derivación a los servicios de tratamiento que ofrece la Institución, donde puedan ser incluidos los estudiantes de una manera adecuada, sin ser punitiva ni persecutoria.

## **2. Campaña sobre el reglamento.**

Fortalecer la difusión del reglamento interno sobre la prohibición del tráfico y consumo de alcohol y drogas dentro de la Institución, lo cual abarque medios por los cuales los estudiantes conozcan e incorporen esta norma. Un aspecto fundamental es cuidar que se vigile el cumplimiento de este reglamento por parte de los encargados de la vigilancia, ya que como se observo en este estudio, existen deficiencias respecto a este punto en particular.

## **3. Aplicación del Alcohólimetro dentro de la Institución.**

Esta propuesta podría implementarse al interior de la Institución, considerando sus características físicas y el gran número de vehículos que transitan dentro de ella, ya que se ha observado que esta medida impacta en la conducta de consumo de quienes conducen. Esto habría que plantearse como una alternativa organizada, principalmente los fines de semana a partir de un horario vespertino. Esto implica desarrollar un programa para su implementación que incluya la inversión de recursos materiales y humanos capacitados para cumplir estas funciones, así como definir los procedimientos y medidas en caso de detectar a algún joven conduciendo bajo los efectos del alcohol. Esta medida ha

demostrado buenos resultados en Universidades de otros países, por lo que se considera conveniente su implementación en nuestro país.

#### **4. Incrementar actividades alternativas en diversos espacios.**

Esta opción, buscaría fortalecer las medidas ya implementadas por parte de las áreas de Difusión Cultural y Actividades Deportivas, ya que de esta forma se buscaría la recuperación gradual de los espacios que han sido detectados como escenarios de consumo dentro de las instalaciones. Esta medida, debe de llevarse a cabo de manera regular y permanente, inclusive, considerar la posibilidad de permitir el consumo de bebidas alcohólicas de manera controlada (DeJong y Langenbahn, 1996; Gulland, 1994). Estas actividades deberán ser regulares y de alto impacto para la comunidad estudiantil y de acuerdo a sus intereses.

#### **5. Reestructuración y vigilancia de los accesos a la Institución:**

Esto implicaría colocar elementos de vigilancia en los principales accesos que fueron detectados durante el estudio, los cuales funcionan como las principales rutas de ingreso de las sustancias, con la finalidad de poder revisar las pertenencias de los estudiantes que ingresan a la Institución. La revisión podría ser de manera aleatoria, debido a la gran cantidad de jóvenes que transitan por dichas rutas. Esta medida también puede incrementarse en los días y horarios donde se detecto una mayor presencia de jóvenes ingresando alcohol a la institución.

#### **6. Reestructurar puntos de vigilancia al interior.**

Reubicar los puntos de vigilancia establecidos oficialmente dentro de la Institución, esto es, ubicarlos cerca de los principales escenarios detectados, con la finalidad de vigilar que no se presente el consumo. Se cuenta también, con la ubicación de cuales son las zonas de mayor riesgo dentro de la Institución,

respecto a la presencia de consumo y conductas problemáticas, lo que puede orientar la designación de vigilancia particular en estas zonas.

#### **7. Incrementar el alumbrado en algunos de los escenarios que fueron detectados:**

Incrementar el alumbrado con la intención de que se generen otro tipo de conductas en dichos espacios ya que se pudo observar que la ausencia de vigilancia y alumbrado adecuado, favorece que los jóvenes se apropien de estos lugares y los utilicen como escenarios de consumo y de otras actividades. Cabe señalar que esta medida se comenzó a implementar poco tiempo después de lo observado, específicamente en uno de los espacios donde se presentaba significativamente el consumo, esto trajo como consecuencia la disminución de la asistencia de los jóvenes que allí consumían.

#### **8. Involucrar a los Directores y autoridades de la Universidad en las diversas actividades:**

Esto implicaría la generación de espacios y actividades que promuevan el no consumo o consumo controlado, la participación de los miembros de cada escuela, fundamentalmente de los Directores y autoridades académicas, que iría desde su participación en algunos eventos, hasta la promoción de conductas alternativas al consumo ya que se ha demostrado que esta medida trae buenos resultados en la modificación del consumo al interior de una institución educativa (Chou, 1998; Hingson, 1996a)

Esta serie de propuestas, pretenden incidir en la ocurrencia de este fenómeno al interior de la Institución, a partir de la comprensión del contexto que rodea a los jóvenes universitarios y algunos elementos de lo que denominamos cultura de consumo, que implica poder entender su propia experiencia, con la finalidad de

adecuar las estrategias de prevención e intervención acordes a las necesidades y características de este grupo en particular.

Finalmente, se reconocen los alcances y limitaciones de este estudio, y por ende, de la generabilidad de sus resultados, si bien podemos reconocer cuales son los elementos que intervienen para que el fenómeno de consumo dentro y en los alrededores se este presentando de esta forma, también debe de considerarse que se trata de un grupo de jóvenes muy específico, en un entorno determinado y en un momento particular, esto es, existen diversidades así como elementos en común que comparten los estudiantes contemporáneos por llamarle de una forma, se desarrollan en una situación permeada por influencias sociales sobre el consumo, es decir, la tolerancia y promoción, la incorporación de cada vez más, nuevas demandas hacia los jóvenes respecto a la forma en la que se debe ser joven y fundamentalmente, el papel del entorno como elemento que pudiera favorecer la presencia de conductas de riesgo, particularmente el consumo.

De tal forma, se piensa que el estudio del fenómeno de consumo en contextos académicos, arroja información valiosa para poder determinar la forma en la cual se abordará, lo que podría generar diversas líneas de investigación acerca de cómo están vivenciando estas experiencias los jóvenes en su entorno particular. De igual forma, se pueden plantear una serie de interrogantes acerca de lo que podría guiar futuras investigaciones, algunas de las cuales tienen que ver con: ¿Qué otros elementos pueden aportar los jóvenes que consumen para poder entender su experiencia de forma tal que las intervenciones atiendan a estas necesidades? ¿Qué ventajas ofrece el empleo de otras estrategias de recolección de datos? ¿Cómo debe de ser la implementación de las estrategias de modificación ambiental en entornos académicos? ¿Cómo son los estudiantes que no asisten a estos escenarios de consumo, es decir, que del entorno académico los esta protegiendo? Todas estas preguntas aportaran elementos para favorecer que este fenómeno no afecte negativamente a nuestros estudiantes y generen un ambiente sano y protector, principio rector de nuestra universidad.

## REFERENCIAS

- Abram, K.M., Teplin, L.A., & McClelland, G.M. (2003). Comorbidity of severe psychiatric disorders and substance use disorders among women in jail. *American Journal of Psychiatry*, 160(5), 1007-1010.
- Arana, A.J.I. (1999). Conductas del joven ante el alcohol. Recuperado de: [http://www.alcoholinformate.org.mx/centro\\_informacion.cfm?mostrarfolio=6375&concepto=ARANA,1999](http://www.alcoholinformate.org.mx/centro_informacion.cfm?mostrarfolio=6375&concepto=ARANA,1999).
- Artiaga, J. (2004). Cómo Explicar, Cómo Analizar la Diversidad Adolescente. Una propuesta de análisis a partir de los "territorios escolares". En: Reguillo, R., Feixa, C., Valdez, M., Gómez-Granell, C. y Pérez-Islas, J. (Coordinadores). *Tiempo de Híbridos*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Atkin, C. & Block, M. (1981). Content and effects of alcohol advertising. Springfield, VA: US.
- Atkin, C. & Block, M. (1984). The effects of alcohol advertising. In: Kinnear T.C. (ed.), *Advances in consumer research*, (pp. 688-693). Provo, Utha: Association for Consumer Research.
- Austin, M.T. (1999)a. *Fundamentos socioculturales de la educación*. Chile: Editorial Pillán.
- Austin, M.T. (1999)b. *Conceptos fundamentales para el estudio de la interculturalidad*. Serie de Cuadernos de Discusión y Estudios No.2, Dirección de Investigaciones de la Universidad de Temuco.
- Austin, E.W., & Johnson, K.K. (1997). Immediate and Delayed Effects of Media Literacy Training on Third Grader's Decision Making for Alcohol. *Health Communication*, 9(4), 323-349.
- Ayres, I., & Braithwaite, J. (1992). Partial-Industry regulation: A monopsony standard for consumer protection. *California Law Review*, 80(1), 13-53.
- Bahr, S.J., Marcos, A.C., & Maughan, S.L. (1995). Family, educational and peer influences on the alcohol use of female and male adolescents. *Journal of Studies on Alcohol*, 56(4), 457-469.
- Bauman, Z. (2005). *Modernidad líquida*. Madrid: Griffinor, S.A.

- Bayona, J., Hurtado, C., Ruíz, I., Hoyos, A., Gantiva C. (2005). Actitudes Frente a la Venta y el Consumo de Sustancias Psicoactivas al Interior de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista Interamericana de Psicología*, 1(39), 159-168.
- Beccaria, F., & Guidonni, O. (2002). Young people in a wet cultura: Functions and patterns of drinking. *Contemporary Drug Problems*, 29(2), 305-334.
- Berenzon, S., Medina-Mora, M.E., Carreño, S., Juárez, F., Rojas, E., y Villatoro, J. (1996). Los factores relacionados con el uso y el abuso de sustancias psicoactivas en estudiantes de enseñanza media y media superior de la República Mexicana. *Salud Mental*, 19, 44-52.
- Berruecos, V.L. (2007). El consumo de drogas en la ciudad de México. *Liberaddictus*, 99, 3-11.
- Berry, J.W., Poortinga, Y.H., Segall, M.H., & Dasen, P.R. (1992). Cross-cultural psychology: Research and applications. New York: Cambridge University Press.
- Black, J.M., Ausherman, J.A., Kandakai, T.L., Lam, E.T.C., & Jurjevic, S.C. (2004). Urban university students' knowledge of alcohol and drinking. *American Journal of Health Studies*, 19(2), 91-99.
- Bocock, R. (1974). *Ritual in industrial Society. A sociological analysis of ritualism in modern England*. London: George Allen & Unwin.
- Borkenstein, R.F., Crowther, R.F., Shumate, R.P., et. al. (1974). The role of the drinking driver in traffic accidents. *Blutalkohol*, 11(1), 1-134.
- Brook, J., Whiteman, M., Finch, S., & Cohen, P. (1996). Young adult drug use and delinquency: Childhood antecedents and adolescent mediators. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 35(12), 1584-1592.
- Brook, J.S., Cohen, P. & Brook, D.W. (1998). Longitudinal study of co-occurring psychiatric disorders and substance use. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 37(3), 322-330.
- Brunner, J.J. (1994). *Bienvenidos a la Modernidad*. Chile: Grupo Editorial Planeta.

- Bucholz, K. K. (1990). A review of correlates of alcohol use and alcohol problems in adolescence. In M. Galanter (Ed.), *Recent Developments in Alcoholism*, 8:111-123 New York: Plenum Press.
- Buendía, E.L., Colas, B.P., y Hernández, P.F. (1997). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill.
- Busquet, J. (2004). Las Culturas Juveniles. Jóvenes y adolescentes en búsqueda de la identidad En: Reguillo, R., Feixa, C., Valdez, M., Gómez-Granell, C., y Pérez-Islas, J. (Coordinadores). *Tiempo de Híbridos*. México: Instituto Mexicano de la Juventud. Pp. 178-184.
- Candill, D., & Marlatt, A. (1975). Modeling Influences in social Drinking: An experimental analogue. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43(3), 405-415.
- Caraveo, A.J.J. (2004). *La depresión y el consumo excesivo de alcohol*. Recuperado de: <http://www.alcoholinformate.com.mx/seminarios1.cfm?seminario=17>.
- Castro, M.E., Llanes, J., y Carreño, A. (2001). *Material Preventivo Construye tu Vida sin Adicciones*. Una evaluación en cinco grupos trabajados por el Centro de Integración Juvenil Gustavo A. Madero Oriente.
- Castro, M.E., y De los Ángeles, M. (1987). El consumo de alcohol en la población estudiantil. *Salud Mental*, 10(4), 52-58.
- Centro de Informaciones sobre Salud y Alcohol (CISA) (2007). *Efectos del alcohol*. Recuperado de: <http://www.cisa.org.br/categoria.html?FhIdCategoria=f3198bfa301edbd668a171d5afc25ba9&ret=&>.
- Chaloupka, F.J. & Wechsler, H. (1996). Binge drinking in college: The impact of Price , availability, and alcohol control prices. *Contemporary Economic Policy*, 14 112-124.
- Chou, CP., Montgomery, S., Pentz, M., Rohrbach, L. Johnson, A., Flay, B., & MacKinnon, D. (1998). Effects of a community based prevention program on decreasing drug use in high risk adolescents. *American Journal of Public Health* 88(6):944-948.



- Christiansen, B.A., Goldman, M.S., & Inn, A. (1982). Development of alcohol-related expectancies in adolescents: Separating pharmacological from social-learning influences. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 50*, 336-344.
- Clark, W. (1977). Public Drinking Context: Bars and Taverns. *National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, 7*, 8-33.
- Collins, L., & McNair, L. (2006). Minority women and alcohol use. Recuperado de: <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh26-4/251-256.htm>
- Cook, P. (1981). Effect of liquor on drinking, cirrhosis, and auto accidents. In: Moore, M.H. & Gerstein, D.R (Eds.) *Alcohol and Public Policy*. Washington, DC: National Academy Press.
- Coombs, R.H., Paulson, M.J., & Richardson, M.A. (1991). Peer vs. parental influence in substance use among Hispanic and Anglo children and adolescents. *Journal of Youth and Adolescence, 20*, 73-88.
- Cooper, M. L., Frone, M. R., Russell, M., & Mudar, P. (1995). Drinking to regulate positive and negative emotions: A motivational model of alcohol use. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*, 990-1005.
- Cortés A. E., y Salazar, J.G. (2006). *La dinámica sociocultural del consumo de alcohol entre estudiantes de primer ingreso del 2006*. Tesis de Licenciatura, no publicada. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela de Antropología y Sociología, Universidad de Costa Rica.
- Cox, W. M. (1987). Personality theory and research. In H. T. Blane & K. E. Leonard (Eds.), *Psychological theories of drinking and alcoholism*, 55-89. New York: Guilford Press.
- Cox, W. M., & Klinger, E. (1988). A motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology, 97*, 168-180.
- Craddock, A., Collins, J.J., & Timrots, A. (1994). *Drug-Related Crime*. Washington, DC: U.S. Department of Justice, Office of Jus- Justice Programs, Bureau of Justice Statistics.
- De la Fuente, J.R., y Kershenobich, D. (1992). El alcoholismo como problema médico. *Revista de Investigación Clínica, 35(29)*, 47-51.

- Dejong, W. what college presidents can do about student drinking. About campus July-August:12-17, 1998.
- Dejong, W. & Langenbahn, S. (1996). Setting and Improving Policies for Reducing Alcohol and Other Drug problems on Campus: A Guide for Administrators. Newton, MA: The Higher Education Center for Alcohol and Other Drugs Prevention.
- Dembo, R., Williams, L., Wothke, W. & Schmeidler, J. (1994). The Relationships among family problems, friend's troubles behavior, and high risk youth's alcohol/other drug use and delinquent behavior: a longitudinal study. *Substance Use and Misuse*, 29(11), 1419-1442.
- Denton, R. & Kampfe, C. (1994). The relationship between family variables and adolescent substance abuse: A literature review. *Adolescence*, 29(114), 475-495.
- Deykin, E.Y. & Buka, S. (1997). Prevalence and risk factors for posttraumatic stress disorder among chemically dependent adolescents. *American Journal of Psychiatry*, 154(6), 752-757.
- Díaz-Guerrero, R. (2003). *Bajo las Garras de la Cultura, Psicología del Mexicano* 2. México: Editorial Trillas.
- Dimeff, LA., & McNeely, M. (2000). Computer-enhanced primary care practitioner advice for high-risk college drinkers in a student primary health-care setting. *Cognitive and Behavioral Practice* 7(1); 82-100.
- Dryfoos, J. (1990). *Adolescents at risk: Prevalence and prevention*. New York: Oxford University Press.
- Duncan, S.C, Strycker, L.A., & Duncan, T.E. (1999). Exploring associations in developmental trends of adolescent substance use and risky sexual behavior in a high risk population. *Journal of Behavioral Risk Medicine*, 22(1), 21-34.
- Elliot, D., & Voss, H. (1974). *Delinquency and dropout*. Lexington, MA: D. C. Heath.

- Elliot, D., Huizinga, D. & Ageton, S. (1985). *Explaining delinquency and drug use*. Beverly Hills, California: Sage.
- Elliott, D.S., & Morse, B.J. (1989). Delinquency and drug use as risk factors in teenage sexual activity. *Youth and Society*, 21(1):32-60.
- Elliott, D.S., Huizinga, D., & Menard, S. (1989). *Multiple Problem Youth: Delinquency, Substance Use and Mental Health Problems*. New York, NY: Springer-Verlag.
- Encuesta Nacional de Adicciones (2002). Secretaría de Salud. Dirección General de Epidemiología, Instituto Mexicano de Psiquiatría. México.
- Enfoques sobre el consumo de bebidas alcohólicas en la Universidad Nacional Autónoma de México (2006).
- Engs, R.C., Diebold, B.A. & Hansen, D.J. (1996). The drinking patterns and problems of a national sample of college students, 1994. *Journal of Alcohol and Drug Education* 41(3),13-33.
- Espinosa, I.E., y Pérez, C.E. (1995). Liderazgo y valores culturales en México. *Revista Gestión y Estrategia*, 7. Recuperado de: <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num7/art12.htm>.
- Finn, K.V. (2006). Patterns of alcohol and marijuana use at school. *Journal of Research on Adolescence*, 16(1), 69-77.
- Fisher, J. (1978). Public Drinking Context: Bars and Taverns. *National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism*, 7, 33-53.
- Flay, B. & Petraitis, J. (1991). *Methodological Issues in Drug Use Prevention Research: Theoretical Foundations*. Washington, DC: Leukefeld, CG.
- Fundación de Investigaciones Sociales, A.C. (FISAC). (2008). México entre los mayores consumidores de alcohol. Documento recuperado de: <http://www.alcoholinformate.org.mx/estadisticas.cfm?articulo=243>.
- Galindo, J. (1987). Encuentro de subjetividades, objetividad descubierta. La entrevista como centro del trabajo etnográfico. *Estudios sobre culturas contemporáneas*, 3, 151-183.

- García, C.T. (2003). *Cultura y subculturas: el mexicano y su diversidad*. Tesis no publicada, Doctorado en Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York : Basic Books.
- Gilbert, M.J. & Cervantes, R.C. (1986). Patterns and practices of alcohol use among Mexican Americans: A comprehensive review. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 8, 1-60.
- Goldman, M. S., Brown, S. A., & Christiansen, B. A. (1987). Expectancy theory: Thinking about drinking. In H. T. Blane & K. E. Leonard (Eds.), *Psychological theories of drinking and alcoholism*, 181-226. New York: Guilford Press.
- Gómez, J. (2008). *El alcoholismo femenino, una verdad oculta*. FISAC. Recuperado de: <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?investigacion=201>.
- González de Cossío, O. M. (2006). Consumo de alcohol en estudiantes de ingreso a la Universidad Nacional Autónoma de México: prevalencia y factores asociados. Recuperado de: <http://www.alcoholinformate.org.mx/seminarios1.cfm?seminario=28>.
- Gordon, R. (1987). An operational classification of disease prevention. In J.A. Steinbert, & M.M. Silverman (Eds.) Preventing mental disorders (pp. 20-26). Rockville, MD: Department of Health and Human Services.
- Gorman, D.M., Speer, P.W., Gruenewald, P.J., & Labouvie, E.W. (2001). Spatial dynamics of alcohol availability, neighborhood structure and violent crime. *Journal of Studies on Alcohol*, 62, 628-636.
- Gulland, E. (1994). *Developing Effective and legally Sound Alcohol Policies*. Washington, DC: National Association of College and University Business Officers.
- Grant, M. & Litvak, J. (1998). *Drinking Patterns and their Consequences*. International Centre of Alcohol Policies Series on Alcohol in Society. Taylor & Francis Group. Michigan, Estado Unidos.

- Gruenewald, P.J., Ponicki, WR, & Holder, HD. (1993). The relationship of outlet densities to alcohol consumption: A time series cross sectional analysis. *Alcoholism Clinical and Experimental Research* 17:38-47.
- Gruenewald, P.J., & Treno, A.J. (2000). Local and global alcohol supply: economic and geographic models of community systems. *Addiction*, 95(4), 537-549.
- Hansen, W.B., & Graham, J.W. (1991). Preventing alcohol, marijuana, and cigarette use among adolescents: peer pressure resistance training versus establishing conservative norms. *Preventive Medicine*, 20(3), 414-430.
- Harrison, L., & Gfroerer, J. (1992). The intersection of drug use and criminal behavior: Results from the National House- Household Survey on Drug Abuse. *Crime and Hold Delinquency*, 38(4), 422-443.
- Hawkins, J. D., Catalano, R. F., & Miller, J. Y. (1992). Risk and protective factors for alcohol and other drug problems in adolescence and early adulthood: Implications for substance abuse prevention. *Psychological Bulletin*, 112, 64-105.
- Heath, D. (2000). *Drinking Occasions: comparative perspectives on alcohol and culture*. International Centre of Alcohol Policies Series on Alcohol in Society. Taylor & Francis Group. Michigan, Estado Unidos.
- Hingson, R., Heeren, T., Winter, M. & Wechsler, H. (2005). Magnitude of Alcohol-Related Mortality and Morbidity Among U.S. College Students Ages 18-24: Changes from 1998 to 2001. *Annual Review of Public Health*, 26, 259-79.
- Hingson, R., Heren, T., & Winter, M. (1996). Lowering state legal blood alcohol limits to 0.08%: The effect on fatal motor vehicle crasher. *Public Health Brief* 86(9):1297-1299.
- Hirschi, T. & Gottfredson, M. R. (1994). The generality of deviance. In T. Hirschi & M. R. Gottfredson (Eds.), *The generality of deviance*, 1-22. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Holder, H., Longabaugh, R., Miller, W.R., & Rubonis, A.V. (1991). Cost effectiveness of treatment for alcoholism: A first approximation. *Journal of Studies on Alcohol*, 52(6), 517-540.

- Holter, H., Gjertsen, A., Ve Henriksen, H., & Hjort, H. (1978). *Family in a class society*. Malmö: Bonniers.
- Jessor, R., & Jessor, S.L. (1975). Adolescent development and the onset of drinking: A longitudinal study. *Journal of Studies on Alcohol*, 36, 27-51.
- Jiménez, S., Valadez, I., y Bañuelos, J. (2007). Consumo de alcohol en adolescentes de una secundaria de Guadalajara: investigación-acción participativa. Recuperado de: <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?investigacion=216>.
- Johnston, L.D., O'Malley, P.M., & Bachman, J.G. (1992). *Smoking, drinking, and illicit drug use among American secondary school students, college students, and young adults*. Rockville, MD: National Institute on Drug Abuse.
- Jones-Webb, R., Toomey, T. L., Short, B., Murray, D. M., Wagenaar, A., & Wolfson, M. (1997). Relationships among alcohol availability, drinking location, alcohol consumption, and drinking problems in adolescents. *Substance Use and Misuse*, 32, 1261-1285.
- Jones-Webb, R., Toomey, T. L., Short, B., Murray, D. M., Wagenaar, A., & Wolfson, M. (1997). Relationships among alcohol availability, drinking location, alcohol consumption, and drinking problems in adolescents. *Substance Use and Misuse*, 32, 1261-1285.
- Kendel, D.S. (1993). Driving, drinking and deterrence: the effectiveness and social costs of alternative policies. *Journal of Law and Economics*, 36, 877-913.
- Kraft, D. (1983). Public Drinking Practices of College Youths: Implications for Preventions Programs. *National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism*, 7, 33-53.
- Kroeber, A.L., & Kluckhohn, C. (1952/1963). *Culture: A critical review of concepts and definition*. Cambridge, MA: Harvard University.
- Krohn, M.D. & Massey, J.L. (1980). Social control and delinquent behavior: An examination of the elements of the social bond. *The Sociological Quarterly*, 21, 529-543.

- Laixuthai A. & Chaloupka, F. (1993). Youth alcohol use and public policy. *Contemporary Policy Issues*, 11(4), 70-81.
- Lander, E. (1993). América Latina; Historia, identidad, tecnología y futuros alternativos posibles. *Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 3(16/17).
- Leach, E. (1976). *Cultura and Communication*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lipton, R., & Gruenewald, P. (2002). The spatial dynamics of violence and alcohol outlets. *Journal of Studies on Alcohol*, 63, 187-195.
- Loeber, R., Stouthamer-Loeber, M., & White, H.R. (1999). Developmental aspects of delinquency and internalizing problems and their association with persistent juvenile substance use between ages 7 and Nile 18. *Journal of Clinical Child Psychology*, 28(3), 322-332.
- Lolli, G. (1963). The cocktail hour: Physiological, psychological and social aspect. *Alcohol and Civilization*, 183-199.
- López, L. E.K. (1994). *Relación entre la autopercepción del Rendimiento Académico y el Consumo de Drogas en Estudiantes de Educación Media y Media Superior*. Tesis de Maestría no publicada, Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Margulis, M. (2000). *Conceptualizando la Juventud*. En: D. Solum (Ed.), *Adolescencia y juventud en América Latina*. San José Costa Rica: UNED.
- Mariño, M.C., Berenzon, S., y Medina-Mora, M.E. (2005). Síndrome de dependencia al alcohol: comparación entre hombres y mujeres. *Salud Mental*, 28(4), 33-39.
- Martinez, M. (1994). *La etnografía como alternativa de investigación científica*. Aporte 35. Dimensión Educativa.
- Martínez, S.J. (2006). *Las adicciones de los adolescentes y su bajo rendimiento escolar*. Tesis de Licenciatura no publicada, Facultad de Pedagogía, Universidad de Sotavento.
- Mas, M.M., Varela, C., y Manrique, A. (1989). Impacto de la hora feliz en cinco bares de México D.F. *Salud Mental*, 12(2). 31-34.

- Mason, A.W., & Windle, M. (2002). Reciprocal relations between adolescent substance use and delinquency: A longitudinal substance longitudinal latent variable analysis. *Journal of Abnormal Psychology*, 111(1), 63-76.
- Matsumoto, D. & Juang, L. (1996). *Culture and Psychology*. United States of America.
- McCluskey, C.P., Krohn, M.D., Lizotte, A.J., & Rodriguez, M.L. (2002). Early substance use and school achievement: An examination of Latino, White, and African American youth. *Journal of Drug Issues*, 32(3), 921-944.
- McKington, A.J., & Voas, R.B. (2001). Prevention of alcohol-related road crashes. In: Heather N., Peters T.J., & Stockwell T. (Eds.). *International Handbook of Alcohol Dependence and Problems*, pp. 741-770. Chichester, UK: John Wiley and Sons.
- Medina-Mora, M.E. (2002). La mujer y el abuso de bebidas alcohólicas en México. En: Lara, M.A. y Salgado, V.N. (Eds.), *Cálmese, son sus nervios, tómese un tecito...La salud mental de las mujeres mexicanas*. México: Pax.
- Medina-Mora, M. E., Natera, G., Borges, G., Cravioto, P., Fleiz, C. y Tapia-Conyer, R. (2001). Del Siglo XX al tercer milenio. Las Adicciones y la Salud Pública: Drogas, Alcohol y Sociedad. Instituto Mexicano de Psiquiatría Ramón de la Fuente. México. [Versión Electrónica] *Salud Mental*, 24(4), 3-19.
- Medina-Mora, M. E., Villatoro, J., López, E., Berenzon, S., Carreño, S. y Juárez, F. (1995). Los factores que se relacionan con el inicio, el uso continuado y el abuso de sustancias psicoactivas en adolescentes mexicanos. *Gaceta Médica de México*. 131(4), 383-393.
- Medina-Mora, M.E, Berenzon, S., y Natera, G. (1999). El papel del alcoholismo en las violencias. *Gaceta Médica de México*, 135, 282-287.
- Medina-Mora, M.E., Gutiérrez, R. y Vega, L. (1997). What happened to street kids: An analysis of the Mexican experience. *Substance Use and Misuse*, 32(3), 293-316.
- Medina-Mora, M.E., Rojas, E., Juárez, F., Berenzon, S., Carreño, S., Galván, J., Villatoro, J., López, E., Olmedo, R., Ortíz, E., y Néquis, G. (1993). Consumo de sustancias con efectos psicotrópicos en la población estudiantil de



- enseñanza media y media superior de la República Mexicana. *Salud Mental*, 16(3), 2-8.
- Medina-Mora, ME. (1998). *Manual para elaborar un diagnóstico del problema de adicciones*. México: Secretaría de Salud, Consejo Nacional Contra las Adicciones, Organización Panamericana de la Salud.
- Méndez, I. (1994) Percepción estudiantil del entorno académico de la Universidad de Costa Rica. *Educación: Revista de la Universidad de Costa Rica*, 17(1).
- Míguez, H. (1987). Apuntes sobre la cultura del guaro. *Acta psiquiátrica y psicológica de América Latina*, 33, 105-111.
- Miller, W.R., Brown, J.M., Simpson, T.L., et al. (1995). What works? A methodological analysis of the alcohol treatment outcome literature. En: Hester R.K. & Miller, W.R. (Eds.). *Handbook of alcoholism treatment approaches: Effective alternatives*. Boston, M.A.: Allyn and Bacon.
- Moffitt, T. (1993). Adolescence-limited and life-course-persistent antisocial behavior: a developmental taxonomy. *Psychology Review*, 100, 674–701.
- Monsivais, A. (2004). El Concepto de Ciudadanía y las Dimensiones de lo Juvenil. Notas para una aproximación político-normativa a los temas de juventud En: Reguillo, R., Feixa, C., Valdez, M., Gómez-Granell, C., Pérez-Islas, J. (Coordinadores). *Tiempo de Híbridos*. México: Instituto Mexicano de la Juventud. Pp. 31-42.
- Montemurro, B. (2003). Sex symbols: The bachelorette party as a window to change in women's sexual expression. *Sexuality and Culture*, 7, 3-29.
- Mora-Ríos, J., y Natera, R.G. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México. *Salud Pública de México*, 43(2), 89-96.
- Morris, J.S., Öhman, A., & Dola, R.J. (1998). Conscious and unconscious emotional learning in the human amygdale. *Natura*, 393, 467-470.
- Mrazek, P.J., & Haggerty, R.J. (1994). *Reducing risks for mental disorders: Frontiers for preventive intervention research*. Washington, DC: National Academy Press.

- Myers, M.G., Stewart, D.G., & Brown, S.A. (1998). Progression from conduct disorder to antisocial personality disorder order following treatment for adolescent sub- substance abuse. *American Journal of Psychiatry*, 155(4), 479-485.
- Natera, R.G., Borges, G., Medina-Mora, M.E., Solís, R.L., Tiburcio, M. (2001). La influencia de la historia familiar de consumo de alcohol en hombres y mujeres. *Salud Pública de México*, 43(1), 17-26.
- Nateras, A. (2004). Trazos y Trayectos de lo Emergente Juvenil Contemporáneo. En: Reguillo, R., Feixa, C., Valdez, M., Gómez-Granell, C., Pérez-Islas, J. (Coordinadores). (2004). *Tiempo de Híbridos*. México: Instituto Mexicano de la Juventud. Pp. 101-113.
- Newcomb, M.D., & Bentler, P. (1990). Antecedents and consequences of cocaine use: An eight-year study from early adolescence to young adulthood. In L.N. Robins & M. Rutter (Eds.), *Straight and Devious Pathways From Childhood to Adulthood*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Newcomb, M.D., Fahy, B., & Skager R. (1990). Reasons to avoid drug use among teenagers: Associations with actual drug use and implications for prevention among different demographic groups. *Journal of Alcohol and Drug Education*, 36, 53-81.
- Observatorio Mexicano en tabaco, alcohol y otras drogas, (2002). Secretaria de Salud, México.
- Ortiz, A. Soriano, A., Galván, J., y Meza, D. (2005). Tendencias y uso de cocaína en adolescentes y jóvenes de la ciudad de México: Sistema de reporte de información en drogas. *Salud Mental*, 28(2), 91-97.
- Paulson, M.J., Coombs, R.H., & Richardson, M.A. (1990). School performance, academic aspirations, and drug use among children and adolescents. *Journal of Drug Education*, 20, 289-303.
- Paz, O. (1984). *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Pedersen, W, & Hegna, K. (2003). Children and adolescents who sell sex: A community study. *Social Science and Medicine*, 56(1),135-147.

- Perez, R.L. (2000). Fiesta as tradition, fiesta as change: Ritual, alcohol and violence in a Mexican community. *Addiction*, 95, 365-373.
- Presley, C.A., Meilman, P.W. & Cashin, J.R. (1996). *Alcohol and Drugs on American College Campuses: Use, Consequences, and Perceptions of the Campus Environment, Vol. IV: 1992-1994*. Carbondale, IL: Core Institute, Southern Illinois University.
- Quiroga, H., Mata, Reidl, L. Zepeda, Cabrera y Herrera, (2005). *Encuesta Estudiantil de Adicciones, consumo de tabaco, alcohol y Drogas en Estudiantes de la Facultad de Psicología de la UNAM Medición 2002*.
- Rahman, A. (1991). Towards an alternative development paradigm. International Foundation for Development Alternatives. Nyon, 18-19.
- Ramos de Viesca, M.B. (2001). La mujer y el alcoholismo en México en el siglo XIX. *Salud Mental*, 24(3), 24-28.
- Raskin, W., & Jackson, K.M. (2005). Social and psychological influences on emerging adult drinking behavior. *Alcohol Research and Health*, 28(4), 182-190.
- Reese, F.L. Chassin, L., & Molina, B.S.G. (1994). Alcohol expectancies in early adolescents: Predicting drinking behavior from alcohol expectancies and parental alcoholism. *Journal of Studies on Alcohol*, 55, 276-284.
- Rivera, C.I. (2001). Hábitos y prácticas de consumo de alcohol de los jóvenes en bares y discotecas del país. *Cuadernos FISAC*, 2(1), 35-46.
- Rodríguez, M., y Riba, G. (1998). Retos y dificultades cuando se ingresa a la universidad: una experiencia con estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional. *Revista Costarricense de Psicología*, 14(29).
- Rojas-Guiot, E., Fleiz-Bautista, C., Medina-Mora, ME., et al. (1999). Consumo de alcohol y drogas en estudiantes de Pachuca, Hidalgo. *Salud pública de México*, 41 (4),
- Rojek, C. (1995). *Descentering leisure. Rethinking Leisure Theory*. Sage Publications. Londres.

- Romero, M., Rodríguez, E.M., y Campillo, C. (1999). Significados culturales de las adicciones en mujeres: de la disidencia a la búsqueda de trascendencia y sentido. *Salud Mental*, (número especial) 138-144.
- Ross, H.L. (1992). *Confronting drunk driving: Social policy for saving lives*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Ross, J. (1981). The way of life in social change. *Research Reports*, 12.
- Rutter, M. (1996). Transitions and turning points in developmental psychopathology: As applied to the age span between: childhood and mid-adulthood. *International Journal of Behavioral Development*, 19(3), 603-626.
- Saavedra, P. (2002). *La Calle de la Amargura: La juventud entre la búsqueda y la exclusión*. Proyecto de Investigación, Instituto de Investigaciones Psicológicas. Universidad de Costa Rica. San José.
- Saffer, H.(1991). Alcohol advertising bans and alcohol abuse: An international perspective. *Journal of Health Economy*, 10, 65-79.
- Saffer, H., & Grossman, M. (1987). Drinking age laws and highway mortality rates: Cause and effect. *Economic Inquiry*, 25(3), 403-417.
- Sanchez-Sosa, J.J & Poldrugo, F. (2001). Family and Cultural Influences on Alcohol and Young People. In: E. Houghton & A.M Roche (Eds) *Learning about drinking*. Philadelphia: Brunner-Routledge.
- Scribner, R., MacKinnon, D. & Dwyer, J. (1995). The risk of assaultive violence and alcohol availability in Los Angeles County. *American Journal of Public Health* 85:335-340.
- Shedler, J., & Block, J. (1990). Adolescent drug use and psychological health. *American Psychologist*, 45(5), 612-630.
- Sher, K. J. (1991). *Children of alcoholics: A critical appraisal of theory and research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Simon, T.R., Stacy, A.W., Sussman, S., & Dent, C.W. (1994). Sensation seeking and drug use among high risk Latino and Anglo adolescents. *Personal and Individual Differences*, 17, 665-672.
- Simpura, J. (1983). *Drinking Contexts and Social Meanings of Drinking*. Helsinki: Rutgers University Center of Alcohol Studies.

- Skog, O. (1980). Social interaction and the distribution of alcohol consumption. *Journal Drug Issues*, 10, 809-828.
- Slater, M., & Domenech, M.M. (1995). Alcohol warnings in TV beer advertisements. *Journal of Studies on Alcohol*, 56, 361-367.
- Slater, M., Murphy, K., Beauvais, F., et al. (1995). *Modeling predictors of alcohol use and use intentions among adolescent Anglo males: Social, psychological, and advertising influences*. Presented: Annual Conference of the Research Society on Alcoholism (Junio, 1995), Steamboat Springs, CO.
- Slater, M., Rouner, D., Domenech-Rodriguez, M., et al. (1997). Adolescent responses to TV beer ads and sports content/context: Gender and ethnic differences. *Journal and Mass Communications Quarterly*, 74, 108-122.
- Slater, M., Rouner, D., Murphy, K., et al. (1996). Male adolescents' reactions to TV beer advertisements: The effects of sports content and programming context. *Journal of Studies on Alcohol*, 57, 425-433.
- Social Issues Research Center, SIRC. (2000). *Social and Cultural Aspects of Drinking A report to the Amsterdam Group*. SIRC. Amsterdam.
- Storm, T., & Cutler, E. (1981). Observations of Drinking in Natural Settings. *Journal of Studies on Alcohol*, 42(11), 972-997.
- Thatcher, D.L., & Clark, D.B. (2008). Adolescents at Risk for substance use disorder. *Alcohol and other drugs*, 31(2). Recuperado de: <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh312/toc31-2.htm>.
- Thompson, J.B., (1993). *Ideología y Cultura Moderna*. México, D.F. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Toomey, T. & Wagenaar, A. (2002). Environmental policies to reduce collage drinking: Options and research finding. *Journal of Studies on Alcohol Supplement* 14:193-205.
- Toscano, V.M.A. (2001). La barra más cara del mundo: una perspectiva desde la asamblea legislativa. *Fundación de Investigaciones Sociales*, A. C. Recuperado de: <http://www.alcoholinformate.org.mx/seminarios1.cfm?seminario=8>.
- Taylor, E.B. (1872). *Primitive Culture*, vol. 1. Boston: Estrés y Lauriat.

- Urbano, A., y Arostegi, E. (2004). *La mujer drogodependiente. Especialidad de Género y Factores Asociados*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Velez, C.N., & Ungemack J. A. (1995). Psychosocial correlates of drug use among Puerto Rican youth: Generational status differences. *Social Science Medicine*, 40, 91-103.
- Villatoro, J., Medina Mora, ME., Rojano, C., Fleiz, C., Bermudez, P., Castro, P., Juárez, F. (2002). *¿Ha cambiado el consumo de drogas de los estudiantes? Resultados de la encuesta de estudiantes. Medición del otoño del 2000. Salud mental*, (25), p.p. 43-54.
- Villatoro, J., Medina-Mora M. E., Hernández, M., Fleiz, C., Amador, N. y Bermúdez, P. (2005). La encuesta de estudiantes de nivel medio y medio superior de la Ciudad de México: Noviembre de 2003. Prevalencias y evolución del consumo de drogas. *Salud Mental*, 28(1), 38-51.
- Voelkl, K. & Frone, M. (2000). Predictors of Substance Use at School Among High School Students. *Journal of Educational Psychology*, 92(2), 583-592.
- Voelkl, K. (1997). Identification with school. *American Journal of Education*, 105(3), 294-318.
- Warheit, G.J., Biafora, F.A., Zimmerman, R.S., Gil, A.G., Vega, W.A., & Apospori, E. (1995). Self-rejection/derogation, peer factors, and alcohol, drug, and cigarette use among a sample of Hispanic, African-American, and White non-Hispanic adolescents. *International Journal of the Addictions*, 30, 97-116.
- Wechsler, H., Lee, J.E., Kuo, M., Seibring, M., Nelson, T.F. & Lee, H.P. (2002). Trends in college binge drinking during a period of increased prevention efforts: Findings from four Harvard School of Public Health study surveys, 1993-2001. *Journal of American College Health*, 50(5), 203-217.
- Williams, R. (1976). *Keywords*. Londres: Fontana.
- Wilsnack, S.C., & Wilsnack, R.W. (2003). International gender and alcohol research: recent findings and future directions. *Alcohol Research and Health*, 26(4), 245-250.
- Wyn, J., & White, R. (1993). *Rethinking Youth*. Londres: Sage

Yamaguchi, K., & Kandel, D. (1984). Patterns of drug use from adolescence to young adulthood: II. Sequences of progression. *American Journal of Public Health*, 74(7), 668-672.

# **ANEXOS**



**GUIA DE  
OBSERVACION MAPEO**

**GUIA DE OBSERVACION MAPEO**

**1. Características del Escenario.** Se describe el tipo de escenario, sus características físicas, los usos que se le dan así como las características de seguridad con que cuenta.

**1.1. Nombre del escenario.** Se refiere al nombre oficial del escenario o el asignado por los consumidores y que permite identificarlo.

**1.2. Nombre de la entidad.** Se refiere a la entidad académica más cercana al escenario.

**1.3. Nombre de la escuela o facultad.** Se refiere a la escuela o facultad más cercana del escenario.

**1.4. Nivel escolar.** Se refiere al nivel escolar (medio superior o superior) de la escuela o facultad más cercana al escenario.

**1.5. Tipo de escenario.** De acuerdo con la siguiente clasificación:

**Formal:** Aquellos lugares de venta y consumo de alcohol establecidos formalmente que estén ubicados en los alrededores de las instalaciones académicas que pueden ser: bares, “antros”, restaurantes, vinaterías, tiendas de abarrotes, etc.

**Informal:** Aquellos lugares ubicados dentro y en los alrededores de las instalaciones académicas determinados por los propios consumidores como escenarios de consumo y que pueden variar en tiempo y espacio (canchas deportivas, explanadas, estacionamientos, etc.)

**Mixto:** Aquellos lugares clandestinos ubicados principalmente en casas, bodegas, tiendas de abarrotes, bares clausurados, etc. y que presentan características formales e informales tales como requisitos de ingreso y permanencia, venta de

alcohol y/o sustancias al interior, cierto grado de control interno sobre las conductas permitidas y prohibidas.

**1.6 Categoría del escenario.** Se refiere a la clasificación de los escenarios por venta y/o consumo de alcohol y/o drogas.

- Venta de alcohol.
- Consumo de alcohol.
- Venta y consumo de alcohol.
- Venta de drogas.
- Consumo de drogas.
- Venta y consumo de drogas.
- Venta de alcohol y drogas.
- Consumo de alcohol y drogas.
- Venta y consumo de alcohol y drogas.

**1.7 Uso oficial.** Se refiere el uso oficial del escenario que puede ser desde áreas verdes, pasillos, salones, restaurantes, canchas deportivas, plazas comerciales, casas, etc.

**1.8 Uso extraoficial.** Se refiere al uso extraoficial que se le da al escenario, es decir, venta y consumo de alcohol y drogas. El atribuido por los actores.

**1.9 Seguridad interna.** Son los elementos que pretenden garantizar la seguridad de los consumidores dentro del escenario, trabajadores e instalaciones, así como determinar las conductas permitidas y prohibidas al interior del lugar. La seguridad puede clasificarse en buena, mala o regular.

**1.10 Seguridad externa.** Se refiere a aquellos elementos de seguridad en el exterior del escenario, puede clasificarse en buena, mala o regular.

**2. Características de Ubicación del Escenario.** Se describe la localización, distancia y accesibilidad a los escenarios respecto a la entidad académica más cercana.

2.1 **Ubicación.** Localización del escenario respecto a la entidad académica más cercana, esta puede ser: norte, sur, este y oeste.

2.2 **Distancia.** Se refiere a la distancia entre el escenario y la entidad académica.

2.3 **Accesibilidad.** Grado de dificultad para localizar y llegar al escenario.

3. **Tiempo.** Se refiere a los horarios en los que se presenta el consumo, así como el tiempo de permanencia de los actores en el escenario y el tiempo en que permanece abierto o con actividad el escenario.

3.1 **Días de mayor actividad.** Se refiere a los días en los cuales se observa mayor actividad del consumo de sustancias.

3.2 **Momento de mayor actividad.** Se refiere a cuáles son los momentos del día que se observa mayor actividad de consumo en el escenario, puede ser: mañana, tarde o noche.

3.3 **Hora de apertura.** Se refiere a la hora en que se abre el escenario.

3.4 **Hora de cierre.** Se refiere a la hora que se cierra oficialmente el escenario.

3.5 **Total de horas de servicio.** Es un promedio del total de horas que se encuentra abierto el escenario.

3.6 **Tiempo de permanencia.** Tiempo que permanecen los actores dentro del escenario.

4. **Características de la población.** Se refiere a la descripción de los actores que acuden a los escenarios en cuanto al promedio de edad, sexo, nivel socioeconómico y ocupación aparente.

4.1 **Cantidad de personas.** Se refiere al número aproximado de personas que se encuentran en el escenario en el momento de la observación.

4.2 **Promedio de edad.** Es el promedio de edad de los actores que se encuentran en el escenario en el momento de realizarse la observación.

4.3 **Sexo de los actores.** Se refiere al sexo que tienen la mayoría de los actores dentro del escenario.

4.4 **Nivel socioeconómico.** Se refiere al aparente nivel socioeconómico de los actores que se encuentran en el escenario, que puede clasificarse en: alto, medio y bajo.

4.5 **Ocupación.** Se refiere a la aparente ocupación de los actores que se encuentran dentro del escenario, que puede ser: estudiantes, académicos o trabajadores.

5. **Prácticas que promueven el consumo.** Hace referencia a aquellos requisitos para ingresar al escenario, así como promociones y otras actividades que pueden asociarse a la promoción del consumo de sustancias.

5.1 **Requisitos de ingreso.** Se refiere a las acciones o requisitos que tienen que cubrir los actores para poder ingresar a los escenarios (por ejemplo, mostrar identificación oficial, mostrar credencial de estudiante, indicar procedencia, pagar la entrada, someterse a revisión física y de las pertenencias, etc.).

5.2 **Consumo mínimo.** Se refiere a la cantidad mínima de alcohol o sustancias que los actores tienen que consumir en el escenario ya sea para ingresar o para permanecer en el mismo.

5.3 **Promociones.** Se refiere a toda clase de juegos, concursos, reducción de precios, hora feliz, dos por uno, beneficios por consumir, descuento en el costo, horarios, etc., que favorecen el consumo de sustancias los cuales son establecidos por los dueños de los lugares.

6. **Características de las sustancias.** Incluye las sustancias presentes y consumidas en cada escenario, los tipos, costos, características físicas de las mismas así como el tipo de venta.

- 6.1 **Cerveza.** Se refiere a la presencia de ésta sustancia en el escenario.
- 6.2 **Tabaco.** Se refiere a la presencia de ésta sustancia en el escenario.
- 6.3 **Destilados.** Se refiere a la presencia de ésta sustancia en el escenario.
- 6.4 **Marihuana.** Se refiere a la presencia de ésta sustancia en el escenario.
- 6.5 **Otro tipo de sustancias.** Se refiere a la presencia en el escenario de otro tipo de sustancias que no fueron mencionadas previamente.
- 6.6 **Costo cerveza media.** Precio de la sustancia de acuerdo a su presentación.
- 6.7 **Costo cerveza caguama.** Precio de la sustancia de acuerdo a su presentación.
- 6.8 **Costo cerveza por cubeta.** Precio de la sustancia de acuerdo a su presentación.
- 6.9 **Costo tabaco por cigarro.** Precio de la sustancia de acuerdo a su presentación.
- 6.10 **Costo del destilado por copa.** Precio de la sustancia de acuerdo a su presentación.
- 6.11 **Costo del destilado por botella.** Precio de la sustancia de acuerdo a su presentación.
- 6.12 **Costo preparados individual.** Se refiere al precio de sustancias tales como viña real, new mix, de acuerdo a su presentación.
- 6.13 **Costo preparados de dos litros.** Se refiere al precio de sustancias tales como viña real, new mix, de acuerdo a su presentación.
- 6.14 **Costo marihuana.** Precio de esta sustancia por cuarto de onza.
- 6.15 **Productos de mayor venta.** Se refiere a las sustancias que se tienen mayor demanda de compra en el escenario.

6.16 **Tipo de venta.** Se refiere a si las sustancias que se venden en el escenario son para consumo dentro del mismo o para ser consumidas en otro lugar.

## 7. **Legalidad.**

7.1 **Permiso a la vista.** Se refiere a si el escenario cuenta con una licencia oficial a la vista de los actores.

7.2 **Venta a menores para llevar.** Se refiere a si en los escenarios se les vende alcohol u otras sustancias a menores de edad para que las consuman en otro lugar.

7.3 **Venta a menores para consumo.** Se refiere a si en los escenarios se les vende alcohol u otras sustancias a menores de edad para que las consuman en dentro del escenario.

**MANUAL DE  
RIESGOS DE CAMPO**



## La Protección del Investigador y de sus Informantes durante el Trabajo de Campo

### Comentarios y recomendaciones para trabajo de campo

Rafael Gutiérrez y Leticia Vega

Adaptación: Alejandro González

Las siguientes recomendaciones para los investigadores en trabajo de campo, tienen que ver con consideraciones para tratar, en lo posible de no incidir en situaciones problemáticas o de riesgo dentro de los escenarios de campo. Tienen que ver con su comportamiento al momento de interactuar con los informantes y/o porteros (autoridades que permiten el acceso a escenarios y población). Se pueden recuperar tips, que ayudan a establecer y sostener un buen rapport con la población con quien se trabaja.

“Los observadores participantes por lo general obtienen el acceso a los escenarios solicitando el permiso de los responsables. A estas personas las denominamos porteros (Becker, 1970). **Se trata de convencer al portero de que uno no es una persona amenazante y que no dañará su organización de ningún modo.**”

En nuestro caso, por ejemplo, los porteros son:

- Directores de cada entidad
- Vigilantes
- Dueños y/o meseros de establecimientos
- Estudiantes involucrados en el fenómeno

Debemos considerar dos cosas:

a) En nuestro caso sólo NOS debemos COMPROMETER a proporcionar a los porteros UN INFORME MUY GENERAL, tan general que nadie de los participantes (entrevistados y/o personas presentes en los escenarios de consumo) pueda ser identificado. Conviene puntualizar que no es prudente proporcionar detalles concernientes a la investigación y a la precisión con la que se tomarán las notas o que llevaremos Guías. Si nos piden informes del

diario de campo, transcripciones de las entrevistas con nuestros informantes, tenemos que decir que son confidenciales y que tenemos que salvaguardar a los participantes.

b) También pienso que hay que ser muy cuidadosos cuando hablemos del tipo de personas con las que vamos a trabajar. Resultará conveniente evitar el uso de términos estigmatizantes como pudieran ser “adictos”, “borrachos”, “mariguanos”, etc. Es preferible decir:

a) “nos interesa establecer contacto con personas que puedan ayudarnos a comprender mejor el consumo de alcohol y drogas en nuestros entornos”,

b) “vamos a relacionarnos con personas que conozcan más que nosotros qué está ocurriendo en nuestro entorno respecto al consumo de alcohol y drogas”.

“Aunque el portero haya autorizado el estudio, otros pueden objetar su presencia. Sue Smith-Cunnien, en el primer día de un estudio con observación participante alcanzó a oír que una persona le preguntaba a otra: “ ¿Qué es lo que ella va a hacer... dar vuelta y observarnos todo el tiempo?”.

Como lo señala Johnson (1975), es común que los observadores se encuentren en medio de una lucha de poderes. Muchas organizaciones se caracterizan por la tensión y el conflicto, entre los niveles de la jerarquía de poder en la institución educativa. (En nuestro caso estará conformada por:

1. El Director
2. Coordinadores o Responsables de cada Área o Departamento.
3. Los vigilantes
4. Los alumnosFuera de las instalaciones nos encontraremos con:
  1. Dueños de establecimientos de venta y/o consumo de alcohol
  2. Meseros y/o vendedores de dichos establecimientos
  3. Alumnos
  4. Vecinos

Es importante explicar quién es uno a todas las personas del escenario (cuando nos lo pidan) y sobre todo negociar nuestro propio rol frente a ellas.

### **“LA NEGOCIACION DEL PROPIO ROL**

“Las condiciones de la investigación de campo -qué, cuándo y a quién observar- deben ser negociadas continuamente. Hay que establecer un equilibrio entre la realización de la investigación tal como uno lo considera adecuado y acompañar a los informantes en beneficio del rapport.

El primer problema que probablemente tenga que enfrentar es el de verse forzado a un rol incompatible con la realización de la investigación. Es frecuente que las personas no entiendan la observación participante, incluso aunque les haya sido explicada cuidadosamente. En muchos escenarios los porteros e informantes ubican a los observadores en roles comúnmente desempeñados por extraños. El personal de las escuelas, hospitales psiquiátricos y otras instituciones con frecuencia tratan de forzar a los observadores a asumir el rol de voluntarios, especialmente en el caso de mujeres y estudiantes. De los observadores se espera a veces que firmen el libro de entradas y salidas de los voluntarios, que trabajen con ciertos estudiantes y que informen al supervisor de voluntarios. Easterday, Papademas, Schorr y Valentine (1977) informan de investigadoras que, en escenarios dominados por hombres, han sido llevadas a asumir roles inadecuados.”

Es típico que los funcionarios y el personal de dirección de las organizaciones traten de imponer a los observadores los límites de ciertos acontecimientos, o que digan a quién, qué y cuándo observar. Pero somos nosotros mismos los que debemos elegir a las personas, los lugares y momentos para observar. Al respecto conviene regir los papeles conflictivos impuestos por gente con algún poder dentro de cada Entidad, recordándole nuestra consigna base:

- a) “nosotros estamos en la escuela solo para realizar investigación (observación y entrevistas) y no para intervenir en las diversas problemáticas relacionadas.
- b) “Nosotros somos los que escogemos los lugares y personas que participarán en este trabajo”.

Para cerrar esta sección otra cita de Taylor y Bogdan:

“A los informantes hostiles hay que darles la oportunidad de cambiar de idea. Continúe siendo amistoso con ellos sin empujarlos a la interacción. Incluso aunque no pueda lograr que lo acepten, tal vez consiga evitar que se conviertan en sus enemigos y vuelvan a otros en contra de usted. Los observadores pueden encontrarse desgarrados por conflictos y luchas por el poder en la organización (Roy, 1965). Los bandos en lucha pueden disputárselo como aliado. Quizás se espere su apoyo a uno de ellos como *quid pro quo* o compensación a cambio de la información que se le brinde.”

“El observador debe desarrollar estrategias para interactuar con los informantes. Prus (1980) recomienda que en los lugares públicos el observador se ubique en "puntos de mucha acción". En otras palabras, ir hacia donde están las personas y tratar de iniciar con alguna de ellas una conversación casual.”

Puesto que los estudiantes, académicos, administrativos y/o vigilantes pueden preguntar qué hacemos en la escuela, es una buena idea decirles lo ya recomendado:

a) “nos interesa establecer contacto con personas que puedan ayudarnos a comprender mejor el consumo de alcohol y drogas en nuestros entornos”,

b) “vamos a relacionarnos con personas que conozcan más que nosotros qué está ocurriendo en nuestro entorno respecto al consumo de alcohol y drogas”.

## **EL ESTABLECIMIENTO DEL RAPPORT**

Establecer rapport con los informantes es la meta de todo investigador de campo: Cuando se comienza a lograr el rapport con aquellas personas a las que se está estudiando, se experimentan sensaciones de realización y estímulo. El rapport no es una concepción que pueda definirse fácilmente. Significa muchas cosas:

Comunicar la simpatía que se siente por los informantes y lograr que ellos la acepten como sincera. Lograr que las personas se "abran" y manifiesten sus sentimientos respecto del escenario y de otras personas. Ser visto como una persona inobjetable.

El rapport aparece lentamente en la mayoría de las investigaciones de campo, y cuando aparece, puede ser tentativo y frágil. (Es dudoso que cualquier persona confíe por completo en otra, en todos los momentos y circunstancias). Tal como nos lo dice John Johnson (1975), el rapport y la confianza pueden crecer y disminuir en el curso del trabajo de campo. Aunque no hay reglas rígidas sobre el modo de lograr rapport con los informantes, se puede ofrecer un cierto número de orientaciones generales.

### **Reverenciar sus rutinas**

Los observadores sólo pueden lograr el rapport con los informantes Si se acomodan a la rutina

" Si el quiere sentarse mientras ve un partido, usted haga lo mismo; si quiere caminar acompañelo".

### **Establecer lo que se tiene en común con la gente**

Es probable que el camino más fácil para consolidar las relaciones con la gente consista en establecer lo que se tiene en común con ella. El intercambio casual de información es con frecuencia el vehículo mediante el cual los observadores consiguen romper el hielo.

### **Ayudar a la gente**

Uno de los mejores modos de comenzar a ganarse la confianza de la gente consiste en hacerle pequeños favores.

### **Ser humilde**

Es importante que la gente sepa que el investigador es el tipo de persona con las que pueden expresarse sin temor a revelar algo o a una evaluación negativa. Los investigadores deben ser cuidadosos en cuanto a no revelar ciertas cosas que los informantes han dicho, aunque no lo hayan hecho en privado. Desplegar un conocimiento excesivo hace al observador amenazante y potencialmente peligroso.

## **Interesarse**

Innecesario es aclarar que hay que interesarse en lo que la gente tiene que decir.

## **Tácticas de campo**

Establecer y mantener el rapport con informantes es una actividad en desarrollo a lo largo de toda la investigación de campo. No obstante, a medida que se dejan atrás los primeros días en el campo, los observadores dedican una atención creciente a hallar modos de ampliar sus conocimientos sobre el escenario y los informantes. A continuación presentamos algunas tácticas para lograrlo.

### **Actuar como ingenuo**

Para muchos observadores, presentarse como extraños ingenuos pero interesados constituye un modo eficaz de obtener datos (Lofland, 1971; Sanders, 1980). Sanders (1980, pág. 164) anota que al presentarse como "incompetente aceptable" uno puede formular preguntas sobre "lo que todo el mundo sabe". De los extraños se espera cierto grado de ingenuidad respecto de un escenario. Por ejemplo, no se supone que un observador en una escuela conozca los planes de estudio y los tests estandarizados. En el estudio institucional, el observador aplicó una estrategia para lograr acceso a los registros de la sala formulando preguntas ingenuas, sobre los cocientes de inteligencia de los residentes y sobre acontecimientos determinados, que él sabía que el personal no podía responder sin consultar los archivos.

### **Estar en el lugar adecuado en el momento oportuno**

Quizá la táctica más eficaz consista en ubicarse en situaciones de las que probablemente surjan los datos en los que estamos interesados. El investigador puede pegarse a los talones de la gente, disputando invitaciones para ir a lugares o ver cosas, apareciendo inesperadamente o "jugando a dos puntas contra el medio" (Johnson, 1975). Esta última es una variante de la táctica que utilizan los niños para conseguir permisos de sus padres: a cada progenitor se le deja creer que el otro ya está de acuerdo, pero sin decirlo explícitamente, con lo cual queda una salida si uno es descubierto. En la institución, el investigador obtuvo información de modo no intrusivo mediante ciertas técnicas que desarrolló y a través de otras que se le cruzaron en el camino:

1. Frecuentemente visitaba la sala por la noche, después de que los residentes se hubieran acostado, y cuando los empleados tenían tiempo para sostener conversaciones prolongadas, y durante los cambios de turno, cuando los grupos entrante y saliente se comunicaban los acontecimientos del día y los más recientes rumores institucionales.

2. En el primer día de su estudio, el observador se quedó rondando con el personal a la terminación del turno cuando aquél hablaba sobre ir a tomar un trago a la salida. Gracias a esa actitud poco elegante consiguió que lo invitaran a un bar de la zona frecuentado por los empleados.

3. El observador quebró la resistencia de Sam cuando ocurrió que fue a visitar la sala una tarde en que sólo el hombre y un compañero estaban trabajando, y lo encontró a solas en la oficina del personal.

La mayor parte de los observadores escuchan conversaciones a través de las puertas y tratan de conseguir copias de comunicaciones internas y otros documentos. Escuchando subrepticamente con sutileza a veces se obtienen datos importantes que no podrían lograrse de otra manera. Desde luego, el que es descubierto afronta una situación embarazosa (Johnson, 1975).

Se debe valorar que tan prudente o en qué momento es pertinente que los informantes sepan exactamente qué es lo que estudiamos en todo momento de la investigación.

Por lo general no es prudente que los informantes sepan todo lo que queremos aprender o ver (si es que uno mismo lo sabe). En primer lugar, como dice Hoffmann (1980), a veces es útil encubrir los interrogantes reales para reducir la inhibición de las personas y la amenaza percibida:

“Muchos de mis interrogados se volvieron reticentes cuando percibieron que ellos mismos eran el objeto de estudio, es decir, cuando les dije que me interesaba el modo en que trabajaba la antigua élite. Pero descubrí que estaban dispuestos a ofrecer más libremente sus opiniones sobre temas "externos" tales como la política de reorganización o problemas

relacionados con los nuevos miembros. Ante interrogado que parecían estar a la defensiva en lo tocante al sistema antiguo o que se oponían frontalmente a preguntas directas, me presenté como persona interesada en las consecuencias de los problemas de la organización y reorganización, y no en la junta como grupo social o en el trabajo de la junta como institución social de élite.

En segundo lugar, cuando los informantes saben demasiado sobre la investigación, es probable que oculten cosas al observador o pongan en escena determinados acontecimientos para que él los vea.



**GUIA DE OBSERVACION  
DE ESCENARIOS  
SEGUNDA FASE**

## GUIA DE OBSERVACION PARA ESCENARIOS

La presente guía de observación, contiene los criterios y situaciones que deben ser considerados durante cada observación en el escenario.

Debido a la naturaleza del fenómeno de estudio, se espera que el observador incluya la información que considere relevante aun cuando no este señalado en este formato, ya que dicha información es importante para poder elegir los escenarios.

### 1. Datos del observador

Nombre: \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora de inicio: \_\_\_\_\_ Hora final: \_\_\_\_\_

### 2. Espacio

#### 2.1 Nombre del escenario:

#### 2.2 Tipo de escenario

##### 2.2.1 Formal

##### 2.2.2 Informal

##### 2.2.3 Mixto

#### 2.3 Nombre

#### 2.4 Ubicación

## 2.5 Uso del espacio

### 2.5.1 Giro oficial:

2.5.1.1 Cuenta con licencia a la vista y de que tipo:

### 2.5.2 Giro extraoficial:

## 2.6 Descripción física del escenario

## 2.7 Condiciones de accesibilidad para los observadores

### **3. Tiempo**

3.1 Horario de funcionamiento del escenario (Temporalidad).

3.2 Permanencia de los actores en el escenario (Temporalidad).

3.3 Duración del consumo (Temporalidad).

3.4 Día de mayor actividad de consumo (Cronología).

3.5 Momento del día con mayor actividad de consumo (Cronología)

### **4. Población**

A) Consumidores de alcohol

B) Consumidores de drogas

Cantidad

Cantidad

Sexo

Sexo

Edad aparente

Edad aparente

Ocupación aparente

Ocupación aparente

Nivel Socioeconómico aparente

Nivel socioeconómico aparente

Vestimenta

Vestimenta

C) Mixtos

D) Consumidores de tabaco

Cantidad

Cantidad

Sexo

Sexo

Edad aparente

Edad aparente

Ocupación aparente

Nivel Socioeconómico aparente

Vestimenta

## 5. Sustancias

5.1 Tipos, presentaciones y costos (cerveza, tabaco, destilados, marihuana, cocaína, crack, inhalables, etc.)

5.3 Quien las vende

5.4 Donde se compran o consiguen

5.5 Accesibilidad a dichas sustancias

a) Fácil

b) Muy fácil

c) Difícil

d) Muy difícil

5.5.1 Alcohol

5.5.2 Marihuana

5.5.3 Cocaína y crack

5.6 Que hay que hacer para conseguir alcohol o sustancias

5.7 Cantidad promedio de consumo de los actores (Numero de tragos, cigarros de marihuana, etc.)

## **6. Practicas que llevan al consumo y al exceso**

6.1 De ingreso

6.2 De permanencia

6.3 Modalidades de venta

6.3.1 Consumo mínimo

6.3.2 Presentaciones

6.4 Promociones

6.5 Otras

6.6 Nivel de consumo de la mayoría de los actores

## **7. Legalidad**

7.1 Venta a menores para llevar

7.2 Venta a menores para consumo ahí mismo

## **8. Formas simbólicas**

8.1 Acciones

8.1.1 Prácticas o actividades antes, durante y después del consumo

8.1.1.1 Conductas más frecuentes y constantes por parte de los hombres (Baile, conquista, conversación, discusión verbal, agresión verbal, bromas, agresión física, juegos, canto, lectura, escuchar música, etc.)

8.1.1.2 Conductas más frecuentes y constantes por parte de las mujeres (Baile, conquista, conversación, discusión verbal, agresión verbal, bromas, agresión física, juegos, canto, lectura, escuchar música, etc.)

8.1.2 Rituales

8.1.3 Reglas

8.1.4 Normas sociales

8.2 Objetos asociados al consumo

8.3 Expresiones asociadas al consumo (códigos asociados a las sustancias)

8.4 Conductas presentes afuera del escenario que estén relacionadas al consumo (violencia, robos, agresiones sexuales, conductas antisociales, accidentes, etc.)

## **9. Ocasiones de consumo**

9.1 Creencias asociadas al consumo

9.2 Justificaciones (Por que se bebe o consume).

9.3 Consecuencias (Personales, académicas, sociales)

9.4 Cuando se bebe o consume

9.5 Cuando no se bebe o consume

9.4 Que se bebe o consume

9.5 Que no se bebe o consume

9.6 Con quien se bebe o consume

9.7 Con quien no se bebe o consume

9.8 Donde se bebe o consume

9.9 Donde no se bebe o consume

9.10 Como se bebe o consume

9.11 Como no se bebe o consume

9.12 Que se hace cuando se bebe o consume

9.13 Que no se hace cuando se bebe o consume

**10 Información que considere relevante el observador y que no esta incluida en el formato**

**11 Integrar un mapa del escenario que observó (este deberá dibujarlo el observador incluyendo datos y áreas que considere importantes).**

**12 Registrar nuestra propia conducta, pensamientos, reacciones, emociones, etc. experimentadas durante cada observación. (Qué nos genera cada experiencia de observación y lo que ahí ocurre).**

## DEFINICIONES DE LA GUIA DE OBSERVACION PARA ESCENARIOS

### 1. Datos del observador

Nombre: \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora de inicio: \_\_\_\_\_ Hora final: \_\_\_\_\_

### 2. Espacio

Se describe el tipo de escenario, su ubicación, accesibilidad y características físicas, así como los usos que se le da. También se busca conocer las características de seguridad con que cuenta el mismo.

#### 2.1 Nombre del escenario:

**2.2 Tipo de escenario:** De acuerdo a la siguiente clasificación:

**Formal:** Aquellos lugares de venta y consumo de alcohol establecidos formalmente que estén ubicados en los alrededores de las instalaciones académicas que pueden ser: bares, “antros”, restaurantes, vinaterías, tiendas de abarrotes, etc.

**Informal:** Aquellos lugares ubicados dentro y en los alrededores de las instalaciones académicas determinados por los propios consumidores como escenarios de consumo y que pueden variar en tiempo y espacio (canchas deportivas, explanadas, estacionamientos, etc.)

**Mixto:** Aquellos lugares clandestinos ubicados principalmente en casas, bodegas, tiendas de abarrotes, bares clausurados, etc. y que presentan características formales e informales tales como requisitos de ingreso y permanencia, venta de alcohol y/o sustancias al interior, cierto grado de control interno sobre las conductas permitidas y prohibidas.

**2.3 Nombre:** Se trata del nombre oficial del escenario o el asignado por los consumidores y que permite identificarlo.



**2.4 Ubicación:** Dirección del escenario que permita saber como llegar al escenario.

**2.5 Uso del espacio:** De acuerdo a la siguiente clasificación

**2.5.1 Giro oficial:** De acuerdo al permiso legal si es que este aparece a la vista o el designado por las autoridades correspondientes y que es conocido.

**2.5.1.1 Cuenta con licencia a la vista y de que tipo:** Si o no y el tipo de licencia.

**2.5.2 Giro extraoficial:** El atribuido por los actores

**2.6 Descripción física del escenario:** Se refiere a las características físicas del escenario que permitan describirlo y diferenciarlo de otros. (Dimensiones, numero de mesas y sillas o bancos, si cuenta con baños, pista de baile, barra, plantas o niveles, iluminación, ventilación, decorado, etc.).

**2.7 Condiciones de seguridad y control interno:** Son los elementos materiales y humanos que forman parte del escenario y que pretenden garantizar la seguridad de los consumidores, trabajadores e instalaciones, así como determinar las conductas permitidas y prohibidas al interior del lugar.

### **3. Tiempo:**

Se refiere a las fechas y horarios en que se presenta el consumo, así como el tiempo que permanecen los actores en el escenario y tiempo en que permanece abierto o con actividad el escenario.

**3.1 Horario de funcionamiento del escenario (Temporalidad):** Se refiere a la hora que abre y cierra oficialmente el escenario.

**3.2 Permanencia de los actores en el escenario (Temporalidad):** Se refiere a cuanto tiempo están presentes en el escenario los actores, independientemente de que consuman o no.

**3.3 Duración del consumo (Temporalidad):** Tiempo total que permanecen consumiendo los actores.

**3.4 Día de mayor actividad de consumo (Cronología):** Se refiere a cual/es son los días en que se observa mayor actividad de consumo en el escenario.

**3.5 Momento del día con mayor actividad de consumo (Cronología):** Se refiere a cual/es son los momentos del día en que se observa mayor actividad de consumo en el escenario, puede ser por la mañana, tarde o noche.

#### **4. Población**

Se refiere a la edad, sexo, nivel socioeconómico, y ocupación aparente de los actores presentes en cada escenario, así como su vestimenta y accesorios que los caracterice.

**4.1 Numero de personas en el escenario:** Cuantas personas se encontraban en el escenario durante la observación, señalar los cambios que se presentaron durante la misma.

##### **A) Consumidores de alcohol**

Cantidad

Sexo

Edad aparente

Ocupación aparente

Nivel Socioeconómico aparente

Vestimenta

##### **B) Consumidores de drogas**

Cantidad

Sexo

Edad aparente

Ocupación aparente

Nivel socioeconómico aparente

Vestimenta

##### **C) Mixtos**

Cantidad

Sexo

Edad aparente

Ocupación aparente

##### **D) Consumidores de tabaco**

Cantidad

Sexo

Edad aparente

Nivel Socioeconómico aparente

Vestimenta

## 5. Sustancias

Incluye las sustancias presentes y consumidas en cada escenario, los tipos, costos y características físicas de las mismas, así como la dinámica de accesibilidad a ellas.

**5.1 Tipos, presentaciones y costos:** De acuerdo a la siguiente clasificación:

**Tipo:** Sustancia de la que se trate

**Presentación:** Tamaño y cantidad del contenido.

**Costo:** Precio por unidad o de acuerdo a la modalidad de venta.

### 5.1.1 Cerveza

### 5.1.2 Tabaco

### 5.1.3 Destilados

### 5.1.4 Marihuana

### 5.1.5 Cocaína

### 5.1.6 Crack

### 5.1.7 inhalables

**5.3 Quien las vende:** Quien es el encargado de proporcionar la sustancia a cambio de dinero o de alguna otra forma de pago.

**5.4 Donde se compran o consiguen:** Lugar donde compran o consiguen el alcohol o las sustancias.

**5.5 Accesibilidad a dichas sustancias:** Grado de dificultad de las Acciones y/o condiciones que permiten la adquisición de una sustancia.

### 5.5.1 Alcohol

a) Fácil

b) Muy fácil

c) Difícil

d) Muy difícil

### 5.5.2 Marihuana

- a) Fácil                      b) Muy fácil                      c) Difícil                      d) Muy difícil

### 5.5.3 Cocaína y crack

- a) Fácil                      b) Muy fácil                      c) Difícil                      d) Muy difícil

**5.6 Acciones necesarias para conseguir alcohol o sustancias:** Que hay que hacer para conseguir alcohol o sustancias en el escenario.

**5.7 Cantidad promedio de consumo de los actores:** Se refiere al número de tragos, cigarrillos de marihuana, etc. que se consumen en el escenario.

## 6. Practicas que llevan al consumo y al exceso

Se trata de los requisitos para ingresar y permanecer en el escenario, promociones y presentación de las bebidas; así como de aquellas otras actividades que tienen como finalidad promover el consumo y el exceso.

**6.1 De ingreso:** Se trata de las acciones o requisitos para poder entrar al escenario (mostrar identificación oficial, indicar procedencia, pagar la entrada, dejar mochilas, someterse a revisión física y de las pertenencias, etc.)

**6.2 De permanencia:** Se refiere a las conductas y requisitos necesarios para poder permanecer en el escenario (Beber permanentemente, bailar, participar en las actividades propias del escenario, etc.)

**6.3 Modalidades de venta:** En el caso de la cerveza y los destilados, si este se vende por cubeta, cartón, caguama, yarda, botella de a litro, etc. En el caso de otras sustancias dependerá de su presentación, si la venden por gramo, grapa, cigarrillo, bolsa, cantidad, etc.

**6.3.1 Consumo mínimo:** Se refiere a la cantidad mínima de alcohol o sustancias que hay que consumir en el escenario ya sea para ingresar o permanecer en el mismo.

**6.4 Promociones:** Se refiere a toda clase de juegos, concursos, precios reducidos, hora feliz, dos por uno, beneficios por consumir, descuento en el costo, horarios, etc. que favorecen el consumo y/o el exceso en el escenario y que han sido determinados por los dueños de los mismos.

**6.5 Otras:** Aquellas conductas que son determinadas por los propios consumidores y que generan el consumo o el exceso, tales como juegos, concursos, castigos, etc.

**6.6 Nivel de consumo de la mayoría de los actores:** Se refiere al consumo promedio que presentan los diversos actores en su mayoría de acuerdo a la siguiente clasificación (Solo aplica para el alcohol):

**Leve:** Entre uno y dos tragos.

**Moderado:** Entre tres y cuatro tragos.

**Excesivo:** Mas de cuatro tragos.

## **7. Legalidad**

7.1 Venta a menores para llevar

7.2 Venta a menores para consumo ahí mismo

**Nota:** De la siguiente información, no toda podrá ser registrada a través de la observación, ya que alguna de ella solo podrá obtenerse a partir del discurso de los actores presentes en cada escenario, (sin que esto implique una entrevista)

## **8. Formas simbólicas**

### **8.1 Acciones**

#### **8.1.1 Prácticas o actividades antes, durante y después del consumo**

**8.1.1.1 Conductas más frecuentes y constantes por parte de los hombres** (Baile, conquista, conversación, discusión verbal, agresión verbal, bromas, agresión física, juegos, canto, lectura, escuchar música, etc.).

**8.1.1.2 Conductas más frecuentes y constantes por parte de las mujeres** (Baile, conquista, conversación, discusión verbal, agresión verbal, bromas, agresión física, juegos, canto, lectura, escuchar música, etc.)

**8.1.2 Rituales:** Costumbres y prácticas establecidas por el grupo de consumidores relacionados al consumo, guardan relación estrecha con el mismo y forman parte de su dinámica.

**8.1.3 Reglas:** Preceptos fundamentales convenidos por un grupo o colectividad y que deben cumplirse durante las ocasiones de consumo.

**8.1.4 Normas sociales:** Acuerdos sociales a los que deben ajustarse las conductas de los consumidores y las actividades de los escenarios.

**8.2 Objetos asociados al consumo:** Elementos materiales que presentan alguna relación con el consumo y que su presencia o ausencia puede influir en la dinámica de los actores.

**8.3 Expresiones asociadas al consumo** (códigos asociados a las sustancias): palabras o frases que contienen un significado relacionado al consumo.

**8.4 Significados:** Atribuciones o sentido que se le otorga al consumo, a las prácticas y a los objetos relacionados a este.

**8.5 Conductas presentes afuera del escenario que estén relacionadas al consumo** (violencia, robos, agresiones sexuales, conductas antisociales, accidentes, etc.).

## **9. Ocasiones de consumo**

**9.1 Creencias asociadas al consumo:** Atribuciones que se le otorgan a la sustancia y al consumo, estos pueden ser reflejados en el discurso a manera de ritos, mitos, leyendas urbanas, supuestos, etc.

**9.2 Justificaciones** (Por que se bebe o consume): Razones sociales, familiares y/o personales a las que se le atribuye la causa del consumo expresadas por el propio consumidor.

**9.3 Consecuencias** (Personales, académicas, sociales): Efectos y/o resultados del consumo en las áreas social, familiar y personal expresadas por el propio consumidor.

**9.4 Cuando se bebe o consume:** Momentos en los cuales es mas común consumir, los cuales son identificados por el mismo consumidor; estos pueden ser referidos en días de la semana, horarios particulares, eventos significativos tales como reuniones, fiestas, celebraciones, etc.

**9.5 Cuando no se bebe o consume:** Momentos en los cuales no se considera conveniente consumir debido a diversas razones referidas por el consumidor, lo mismo pueden ser días, horarios o eventos.

**9.4 Que se bebe o consume:** Cual es la principal sustancia consumida por la mayoría desde la percepción del propio consumidor.

**9.5 Que no se bebe o consume:** Cual/es sustancia es menos probable que se consuman los universitarios desde la percepción del propio consumidor.

**9.6 Con quien se bebe o consume:** Preferentemente en compañía de quien se bebe o consume según el propio consumidor.

**9.7 Con quien no se bebe o consume:** Con quien/es no es aceptado o permitido consumir según las reglas del propio consumidor.

**9.8 Donde se bebe o consume:** En que lugar/es es más común que se acostumbre beber o consumir según el mismo consumidor.

**9.9 Donde no se bebe o consume:** En que lugares no es aceptado consumir según el mismo consumidor.

**9.12 Que se hace cuando se bebe o consume:** Que esta permitido hacer durante el consumo según el propio consumidor, esto incluye las reglas, rituales y practicas mas comunes.

**9.13 Que no se hace cuando se bebe o consume:** Que no esta permitido hacer durante el consumo según el propio consumidor, esto incluye las reglas, rituales y practicas mas comunes.

**10 Información que considere relevante el observador y que no esta incluida en el formato**

**11 Integrar un mapa del escenario que observó (este deberá dibujarlo el observador incluyendo datos y áreas que considere importantes).**

**12 Registrar nuestra propia conducta, pensamientos, reacciones, emociones, etc. experimentadas durante cada observación. (Qué nos genera cada experiencia de observación y lo que ahí ocurre).**



**GUIA DE  
ENTREVISTA**

## PRIMER CONTACTO Y PRESENTACION

El primer contacto y la presentación son fundamentales en este estudio, debido a la naturaleza de nuestros entrevistados (en su mayoría consumidores de alcohol y/o drogas ilegales), se requiere poder establecer una relación lo mas honesta posible desde un inicio con los informantes potenciales, esto implica establecer un rapport adecuado que permita introducir, posteriormente, el objetivo de nuestro contacto, de tal forma, se requiere de tiempo para poder exponer los argumentos de nuestro acercamiento.

Debemos intentar crear una relación de compañerismo que evite el distanciamiento con el sujeto, para lograr esto, se requiere mostrar el interés que en realidad tenemos en conocer mas acerca de él y de sus actividades. Para ello, debemos aparecer ante el como alguien que no esta totalmente seguro de las preguntas que quiere hacer y que esta dispuesto a aprender de los informantes.

El éxito obtenido en el primer contacto o acercamiento depende mucho de la sensibilidad que se tenga como entrevistador. Para facilitar este contacto es necesario aclarar los siguientes puntos con el informante:

**Motivos de la entrevista:** Incluye el beneficio académico y profesional y el interés social sobre este tipo de fenómeno.

**Confidencialidad:** Se debe aclarar al entrevistado que, si lo desea, se pueden cambiar los nombres y lugares y en ciertos casos algunos acontecimientos importantes.

**El tipo de estudio que se va a realizar:** Explicarle al informante de manera muy general, que la investigación estará basada en observaciones y entrevistas.

**Modo de registro:** Explicar que se harán entrevistas grabadas y señalar el porque de este tipo de registros.

Ejemplo de Presentación:

Buenos días/tardes/noches:

Mi nombre es Edgar y un grupo de compañeros y yo estamos muy interesados en conocer algunas cuestiones relacionadas con el consumo de alcohol y demás sustancias en los jóvenes como parte de nuestro trabajo de tesis. Por esta razón, me sería de gran utilidad platicar con usted (contigo) acerca de esto. Yo soy estudiante de la Universidad.

Quiero recordarle (recordarte), que la información que me proporcione(s) será confidencial, y será manejada de tal manera que nadie podrá reconocer quien dijo que cosa, por esta razón no es necesario que me diga(s) su(tu) nombre. Estas entrevistas generalmente son registradas en una grabadora, ya que de esta manera podremos tener una información mas completa de lo que usted nos diga, ¿tendría(s) usted(tu) algún inconveniente en que se grabara la entrevista?

Lo que grabemos, será después transcrito a un papel. Ya que tengamos su testimonio en papel, la grabación será borrada. La información que nos proporcione(s) será analizada con la de otras personas y se sacaran conclusiones generales del tema.

**Le (Te) agradezco de antemano que me permita(s) platicar con usted (contigo).**

Se tomo como referencia la propuesta utilizada en la Tesis doctoral: La Medicina Tradicional Urbana como recurso alternativo para el tratamiento de problemas de salud mental, Berenzon, S. (2003). Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.

## GUIA DE ENTREVISTA PARA INFORMANTES CLAVE

**OBJETIVO:** Obtener información sobre diversos aspectos de la cultura de consumo de sustancias así como de la propia experiencia del entrevistado en este fenómeno.

Debido a la naturaleza de la entrevista, se espera que el entrevistador incluya la información que considere relevante aun cuando no este señalado en este formato, ya que dicha información es importante para alcanzar el objetivo planteado.

### 1 Datos del entrevistador

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_ Hora de inicio \_\_\_\_\_ Hora de Terminó \_\_\_\_\_

Lugar donde se realiza el contacto: \_\_\_\_\_

Lugar donde se realiza la entrevista: \_\_\_\_\_

### 2 HISTORIA PERSONAL Y ACTIVIDADES RELACIONADAS

**Objetivo:** Conocer algunos antecedentes personales del informante, así como las actividades, costumbres y probable relación con el consumo de alcohol y/o drogas ilegales.

#### Puntos a tratar:

2.1 Lugar de origen ¿Y tu donde naciste? ¿Tus papas nacieron aquí?).

2.2 Breves antecedentes familiares (¿Con quien vives?)

2.3 Breves Antecedentes previos a su ingreso a la Universidad (¿Antes de entrar a esta escuela, donde estudiaste?)

2.3.1 Trayectoria académica (¿Por que elegiste esta carrera? O esta escuela?)

2.3.2 Descripción de un día normal del entrevistado en la Universidad (Principalmente miércoles, jueves o viernes) (¿Me podrías platicar como te la pasas un jueves o viernes en tu escuela?)

2.3.3 Uso del tiempo libre en la Universidad (¿Que haces en tu tiempo libre cuando estas en la escuela?)

2.3.4 Quienes son sus principales amistades o grupos en la Universidad (¿Me podrías contar quienes son tus amigos en la escuela? ¿Cómo se divierten o distraen cuando están en la escuela?)

### **3. Percepción y opinión del fenómeno de consumo.**

**OBJETIVO: Conocer la percepción que el informante tiene acerca de los escenarios de consumo y del propio fenómeno en su escuela.**

#### **Puntos a tratar**

3.1 Opinión y percepción acerca del consumo de alcohol y/o drogas en la comunidad universitaria. (¿Crees que exista consumo de alcohol y drogas dentro y/o alrededor de tu escuela? ¿Cómo ves esto?)

3.2 Conocimiento y Opinión acerca de los diferentes escenarios de consumo en su entorno universitario.

3.2.1 Escenarios de consumo de alcohol (¿Donde piensas que acostumbran beber los estudiantes? ¿Conoces algunos de estos lugares? ¿Qué piensas de esos lugares? ¿Regularmente a que hora abren y cierran? ¿Dónde consideras que los estudiantes no beberían dentro o alrededor de tu escuela?).

3.2.2 Escenarios de consumo de drogas (¿Donde piensas que acostumbran consumir drogas los estudiantes? ¿Conoces algunos de estos lugares? ¿Qué piensas de esos lugares? ¿Regularmente a que hora ocurre esto? ¿Dónde consideras que los estudiantes no usarían drogas dentro o alrededor de tu escuela?).

3.2.2 Condiciones y características (¿Cómo son la mayoría de esos lugares? Ambos, donde se consume alcohol y/o drogas)

3.2.3 Seguridad (¿Crees que son seguros?).

3.2.4 Tipos de sustancias que venden (¿Qué es lo que mas se vende y/o consume en esos lugares? ¿Qué es lo que no se acostumbra beber o consumir dentro o alrededor de tu escuela?)

3.2.5 Quien o quienes las venden (¿Quien piensas que vende el alcohol o las drogas en esos lugares?)

3.3 Tiempo (¿En que momentos o cuando es mas común que se beba o consuma drogas dentro y alrededor de tu escuela? ¿En que momentos no es probable que los estudiantes consuman?)

3.4 Percepción acerca de los actores participantes en estos eventos de consumo (¿Que piensas de la gente que va a esos lugares?)

3.5 Percepción de cuales son los posibles motivos, causas y/o razones de que se presente el consumo dentro y en los alrededores de la comunidad (¿Por que crees que los jóvenes van a beber o a consumir drogas a esos lugares?)

3.6 Compañía (¿Con quienes regularmente acostumbran a beber o consumir drogas los estudiantes en tu escuela? ¿Con quienes definitivamente no lo hacen?)

3.7 Practicas o actividades antes, durante y después del consumo (¿Regularmente que hacen antes, durante y después del consumo los que asisten a esos lugares?)

3.8 Percepción acerca de la disponibilidad de alcohol y sustancias ilegales dentro y en los alrededores (¿Consideras que es fácil o difícil conseguir alcohol dentro y alrededor de tu escuela? ¿Crees que es fácil o difícil conseguir drogas dentro de tu escuela?).

3.9 Consecuencias del consumo (¿Cuáles crees que son las principales consecuencias de que los estudiantes consuman alcohol o drogas dentro o alrededor de tu escuela?

SOLO PARA LOS QUE BEBEN O CONSUMEN ALGUNA DROGA (Especificar cual)

#### **4.1 Significados, Rituales y Creencias asociados al consumo**

**OBJETIVO: Identificar las prácticas, significados, rituales, creencias, motivaciones, consecuencias y factores contextuales asociadas al consumo en su entorno universitario.**

##### **Puntos a tratar**

4.1.1 Que bebe o consume (¿Regularmente tu que bebes o consumes?)

4.1.2 Donde y con quien bebe o consume (¿Tu donde acostumbras beber o consumir dentro o alrededor de tu escuela? ¿Por qué en ese lugar? ¿Con quien acostumbras a beber o consumir?)

4.1.3 Prácticas de ingreso y permanencia en esos escenarios. (¿Que tienes que hacer para entrar y para quedarte en ese lugar?)

4.1.4 Cuando bebe o consume (¿Qué días y en que momentos acostumbras beber o consumir? ¿Por qué en esos días y/o momentos?).

4.1.5 Que ocurre antes durante y después del consumo. (¿Qué haces antes, durante y después de haber consumido? ¿Platícame que ocurre cuando bebes o consumes, que pasa antes y después de que lo haces?)

4.1.6 Que es el consumo y las sustancias (¿Para ti que es beber o consumir (cerveza, alcohol, marihuana, etc.)? ¿Qué pasa por tu cabeza mientras consumes? ¿Para ti que es la (cerveza, alcohol, marihuana, cocaína, etc.? ¿Qué piensas mientras consumes? ¿Qué sientes durante el consumo?).

4.1.7 Justificaciones (Por que bebe o consume). (¿Cuáles son las razones que tú tienes para beber o consumir? ¿Si yo te preguntara porque lo haces, que me contarías?)

4.1.8 Consecuencias (Personales, académicas, sociales). (¿Qué te ha ocurrido debido a tu consumo y que podrías pensar que no fue bueno? ¿Haz tenido consecuencias en la escuela debido a tu consumo? ¿Te han pasado cosas desagradables en tu vida debido a tu consumo?)

4.1.9 Me podrías describir mas o menos un evento de consumo (Desde como empieza, como deciden a donde ir, cuanto tiempo están, etc., hasta como concluye).

**5 Posible contacto con otro informante clave (¿tu crees que podrías contactarme con algún amigo o amiga tuya que beba alcohol y/o consuma drogas?).**

## **7 Datos sociodemográficos del entrevistado**

OBJETIVO: Identificar las características sociales, culturales, educativas, etc. del entrevistado.

### **Puntos a tratar**

7.1 Nombre (opcional):

7.1.2 Edad:



7.1.3 Sexo:

7.1.4 Ocupación:

7.1.5 Estado civil:

7.1.6 Con quien vive:

**8 Información adicional que el entrevistador considere importante.**

**FORMATO DE CONSENTIMIENTO  
INFORMADO**

**Formato de consentimiento informado**

El presente formato, tiene como finalidad, obtener el consentimiento informado de su (tu) participación en este estudio a través de esta entrevista, de igual forma, pretende aclarar todas las dudas respecto a su (tu) participación, por tal motivo, se le (te) expone lo siguiente:

Texto de Presentación:

Buenos días/tardes/noches:

Mi nombre es..... y un grupo de compañeros y yo estamos muy interesados en conocer algunas cuestiones relacionadas con el consumo de alcohol y demás sustancias en los jóvenes como parte de nuestro trabajo de tesis. Por esta razón, me sería de gran utilidad platicar con usted (contigo) acerca de esto. Yo soy estudiante de la Universidad.

Quiero recordarle (recordarte), que la información que me proporcione(s) será confidencial, y será manejada de tal manera que nadie podrá reconocer quien dijo que cosa, por esta razón no es necesario que me diga(s) su(tu) nombre. Estas entrevistas generalmente son registradas en una grabadora, ya que de esta manera podremos tener una información mas completa de lo que usted nos diga, ¿tendría(s) usted(tu) algún inconveniente en que se grabara la entrevista?

Lo que grabemos, será después transcrito a un papel. Ya que tengamos su testimonio en papel, la grabación será borrada. La información que nos proporcione(s) será analizada con la de otras personas y se sacaran conclusiones generales del tema.

**Le (Te) agradezco de antemano que me permita(s) platicar con usted (contigo).**

Déjame decirte inicialmente, que este estudio busca obtener información acerca del consumo de alcohol y drogas en nuestra Universidad, esto debido a la preocupación que existe por parte de todos los que la integramos ya que creemos que esto puede acarrear consecuencias negativas para la salud y el bienestar de todos nuestros estudiantes, es por

ello que los objetivos que pretendemos son conocer cual es esta cultura de consumo de sustancias, cuales son las practicas asociadas, los rituales, los significados, las características de los escenarios y los participantes, esto es, conocer la dinámica que se da en este fenómeno.

Esto nos permitirá, una vez que conozcamos esta cultura de consumo en ustedes los jóvenes, poder comprender mejor que es lo que ocurre en estos lugares, lo cual podrá favorecer que las acciones de prevención y tratamiento diseñadas para nuestra comunidad, sean coherentes con sus necesidades y realidades.

Para realizar este estudio, es necesario que realicemos entrevistas y que las grabemos, es por ello que acudimos a personas como tu que consideramos tienen un mayor conocimiento acerca de lo que sucede en nuestra Universidad respecto al consumo de alcohol y drogas, independientemente de que tu puedas consumir o no.

Quiero recordarle (recordarte), que la información que me proporcione(s) será confidencial, y será manejada de tal manera que nadie podrá reconocer quien dijo que cosa, por esta razón no es necesario que me diga(s) su (tu) nombre. Estas entrevistas generalmente son registradas en una grabadora, ya que de esta manera podremos tener una información mas completa de lo que usted nos diga, ¿tendría(s) usted (tu) algún inconveniente en que se grabara la entrevista?

Lo que grabemos, será después transcrito a un papel. Ya que tengamos su testimonio en papel, la grabación será borrada. La información que nos proporcione(s) será analizada con la de otras personas y se sacaran conclusiones generales del tema.

Te ofrecemos la garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta y aclaración o a cualquier duda acerca de los procedimientos, riesgos, beneficios y otros asuntos relacionados con la investigación.

Tiene (s) todo el derecho de interrumpir la entrevista en el momento que lo consideres necesario, así como negarte a seguir participando o no responder algunas de las preguntas que le (te) haré, de igual forma, si así lo decidieras, de poder solicitar que sea borrada la información que hasta ese momento hayas proporcionado, o si durante la entrevista deseas

hacer algún comentario que no quieras que se grabe, podrás solicitar que se apague la grabadora mientras lo haces y continuar grabando cuando tu lo autorices.

Si así lo desea (s), se pueden cambiar los nombres y lugares y en ciertos casos algunos acontecimientos importantes sobre lo que me revele (s).

Si consideras conveniente, le (te) podré proporcionar una orientación acerca de alguna alternativa de apoyo para atender tu consumo, esto solo si tu lo demandas.

Tienes toda la libertad de retirar tu consentimiento en cualquier momento y dejar de participar en el estudio, sin que por ello se creen perjuicios para ti o se interrumpa el apoyo que se te pudiese estar dando o que hayas solicitado.

Debido a la naturaleza de esta entrevista, no te solicitaré nombre ni firma para mantener el anonimato, únicamente le (te) pido que me digas si aceptas participar en esta entrevista y si quedaron claros los puntos arriba mencionados, solamente quedara grabada tu autorización.

Nota: Debido a que la presente investigación tiene un bajo riesgo, se tomara el consentimiento verbal de participación en el estudio de los menores de edad, tal y como se realizara en los demás casos.

El formato de consentimiento informado incluye los siguientes aspectos:

La justificación y los objetivos de la investigación.

Los procedimientos que vayan a usarse y su propósito, incluyendo la identificación de los procedimientos experimentales y la explicación de las razones por las cuáles se utilizan dichos procedimientos.

Los beneficios que puedan obtenerse.

La garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta y aclaración a cualquier duda acerca de los procedimientos, riesgos, beneficios y otros asuntos relacionados con la investigación y el tratamiento del participante.

La libertad de retirar su consentimiento en cualquier momento y dejar de participar en el estudio, sin que por ello se creen perjuicios para continuar su cuidado y tratamiento.

La seguridad que no se identificará al participante y que se mantendrá la confidencialidad de la información relacionada con su privacidad.

El nombre y el teléfono de la persona competente a la que el participante podrá dirigirse en caso de duda.

En caso necesario se referirá para atención profesional.

### **Proceso mediante el cual se va a obtener el consentimiento de participación en el estudio**

Debido a la naturaleza de este estudio, se realizaran entrevistas focalizadas con informantes clave, dentro de estos, se incluyen consumidores de sustancias, por tal motivo, no se firmara documento alguno de su autorización para realizar la entrevista, únicamente se le explicara lo que implica dicha entrevista y se le solicitara su consentimiento verbal, el cual quedara registrado en una grabadora.

El procedimiento para contactar a los informantes incluye:

1. Durante las observaciones en los escenarios de consumo, se establecerán contactos informales con posibles informantes clave durante el penúltimo mes del trabajo de campo.
2. Posteriormente, y durante el ultimo mes del trabajo de campo en los escenarios, se formalizara la relación con los contactos que hayan sido considerados potenciales informantes, esto posterior a un análisis de la información arrojada por las notas de campo, donde se evaluara, tiempo de conocer al contacto, tipo de información que posee, grado de aceptación con el observador, nivel de confianza del observador, nivel de riesgo para ambos entre otros.

3. una vez tomada la decisión de quienes serán los informantes clave, se abordará a cada uno de ellos en los escenarios mismos, especificando el motivo concreto del acercamiento, es decir, informar que estamos trabajando en una investigación acerca del consumo de sustancias en la Universidad y que por ello quisiéramos platicar con el (ella) en otro momento; en esta ocasión, únicamente se formalizará la relación, si el informante accede a participar, se establecerá una cita en un lugar seguro, cómodo y accesible para ambos, lugar donde se realizara la entrevista, este lugar será de mutuo acuerdo con el informante.