

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO



FACULTAD DE PSICOLOGIA
DIVISION DE ESTUDIOS PROFESIONALES

"DINAMICA DE CONSUMO DE ALCOHOL EN MUJERES
ESTUDIANTES DE UNA INSTITUCION DE NIVEL SUPERIOR"

"CULTURA DE CONSUMO DE SUSTANCIAS: UN CAMPO
DE SIGNIFICADOS Y EL CONTEXTO DE SUS
MANIFESTACIONES."

CLAVE DEL PROGRAMA: 2007 - 0012/0023-0046

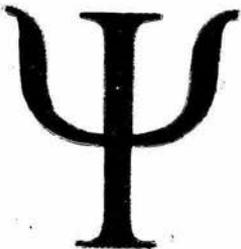
INFORME PROFESIONAL DE SERVICIO SOCIAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A ;
TELLEZ ROJAS MARIO ARTURO

DIRECTOR DEL IPSS: DRA. LUCY MARIA REIDL MARTINEZ

SUPERVISOR: LIC. RAFAEL LUNA SANCHEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, D. F.,

FEBRERO DE 2009.





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.



UNAM, 013

2009

ej. 2

M.

TPs.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES

"DINÁMICA DE CONSUMO DE ALCOHOL EN MUJERES ESTUDIANTES DE
UNA INSTITUCIÓN DE NIVEL SUPERIOR"

NOMBRE: TÉLLEZ ROJAS MARIO ARTURO

OPCIÓN DE TITULACIÓN: INFORME PROFESIONAL DE SERVICIO SOCIAL

DIRECTOR DEL IPSS: DRA. LUCY MARIA REIDL MARTÍNEZ

SUPERVISOR: LIC. RAFAEL LUNA SANCHEZ.

NOMBRE DEL PROGRAMA:

"CULTURA DE CONSUMO DE SUSTANCIAS: UN CAMPO DE
SIGNIFICADOS Y EL CONTEXTO DE SUS MANIFESTACIONES."

CLAVE DEL PROGRAMA: 2007-0012/0023-0046

CIUDAD UNIVERSITARIA. D.F., FEBRERO DE 2009.

AGRADECIMIENTOS!!!

Este proyecto se realizó gracias al apoyo del Macroproyecto Desarrollo de Nuevos Modelos para la Prevención y el Tratamiento de Conductas Adictivas.

Extiendo un enorme agradecimiento al Dr. Alejandro González González, quien me dio la oportunidad de ingresar al proyecto y por tal, causante del presente informe; así mismo, a la Facultad de Psicología de la UNAM que fomenta el desarrollo profesional. De la misma forma, mi total agradecimiento a los amigos que estuvieron incondicionalmente durante el trabajo de campo y a los que me brindaron asesoría personalizada; con su compañía y apoyo hicieron de esta la mejor de las experiencias. Dedico este trabajo a todos ellos y a mi familia que me apoya en todas situaciones; y en especial dedico todo mi trabajo y esfuerzo a mi mama que nunca deja de estar conmigo.

Por todo MIL GRACIAS!!!!

ÍNDICE

1. DATOS GENERALES DEL PROGRAMA	5
2. CONTEXTO DE LA INSTITUCIÓN Y DEL PROGRAMA	5
3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS	12
3.1 ACTIVIDADES	12
3.2 HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	17
4. OBJETIVO DEL INFORME	19
5. MÉTODO	20
5.1 ACTIVIDADES	24
6. MARCO TEÓRICO	25
6.1. PANORAMA GENERAL EPIDEMIOLÓGICO	25
6.2. ASPECTOS SOCIO-CULTURALES DEL CONSUMO DE ALCOHOL	26
6.3. SUSTANCIAS QUE CONSUMEN	30
6.4 NIVEL DE CONSUMO	30
6.5. DÍA Y MOMENTO DE CONSUMO	32
6.6. PRÁCTICAS DURANTE EL CONSUMO	33
7. RESULTADOS	36
7.1. DINÁMICA DE CONSUMO	36
8. DISCUSIÓN, SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	55
9. CONCLUSIÓN	64
10. REFERENCIAS	66
11. ANEXOS	72

1. DATOS GENERALES DEL PROGRAMA

El presente informe contiene las actividades realizadas durante el servicio social, que fue llevado a cabo dentro de una institución de nivel superior. Dicho informe, se inserta dentro del proyecto "Cultura de consumo de sustancias en un entorno universitario: Un campo de significados y el contexto de sus manifestaciones", que tiene como objetivo principal, identificar y analizar la cultura de consumo de sustancias legales e ilegales, dentro de contextos de una institución educativa, a través de una aproximación etnográfica y por medio de la observación no participante y entrevistas focalizadas a consumidores de alcohol y drogas, para favorecer el desarrollo de estrategias de prevención y tratamiento adecuadas a la comunidad universitaria.

2. CONTEXTO DE LA INSTITUCIÓN Y DEL PROGRAMA

Se tienen antecedentes de diversas culturas que dentro de sus prácticas, usos y costumbres ha estado el consumo de diversas y variadas sustancias, ubicándose nuestro país como una de ellas. Sin embargo, el uso y abuso de estas sustancias han llevado a que la población presente consecuencias negativas.

El fenómeno de consumo de alcohol se ha ido incrementando de manera exponencial e indiscriminada en los jóvenes, por lo que México enfrenta graves problemas endémicos como lo es el abuso de bebidas alcohólicas, con incrementos importantes en algunos estratos de la población (Medina-Mora, Natera, Borges, Cravioto, Fleiz y Tapia-Conyer, 2001).

En nuestro país se reporta que el alcoholismo representa el 11.3% de la carga total de enfermedades. Además, el 49 % de los suicidios y el 38 % de los homicidios en el país se cometen bajo los efectos de las bebidas alcohólicas, y el 38 % de los casos de lesiones ocurren como resultado del consumo excesivo de bebidas embriagantes particularmente entre jóvenes de 15 y 25 años de edad, etapa de la vida en la que los accidentes ocupan la primera causa de mortalidad. Los jóvenes entre 15 y 19 años de edad, sufren accidentes

automovilísticos relacionados con el alcohol, por lo que constituye la primera causa de defunción concentrando el 15% de las muertes, los homicidios el 14.6% y los suicidios el 6% de los fallecimientos (Berruecos, 2007; 2005a).

De igual manera se debe de tomar en cuenta los resultados obtenidos por la Encuesta Nacional de Adicciones de 2002, en donde se reportó que en una muestra a nivel nacional de cerca de 70 millones de personas, 45, 254 439 alguna vez han consumido bebidas con alcohol. De esta muestra se reportaron a 31 393 657 hombres, de los cuales 24 685 159 han consumido bebidas con alcohol; mientras que de 38, 373 410 mujeres solo 20, 569 280 han consumido bebidas con alcohol alguna vez. Como se puede ver las cifras de mujeres y hombres que han consumido alguna vez bebidas con alcohol no están muy distantes entre si, por lo que se tiene un aumento considerable del consumo de alcohol, pero ahora ellos presentan un mayor consumo en comparación con las mujeres.

La ENA (2002) además presenta una comparación entre 1998 y 2002 donde se reporta que las mujeres aumentaron los índices de su consumo. En 1998 4% reportaron beber 5 copas o más por ocasión de consumo una vez al mes o más frecuentemente; mientras que en el 2002, la proporción que reporto este patrón de consumo fue de 5.3%. Además el consumo es más frecuente en las poblaciones urbanas que en las rurales y en los varones más que en las mujeres.

Lo anterior sugiere que el país está viviendo un fenómeno en el cual se ha observado la incorporación de la mujer en la cultura de consumo de bebidas con alcohol. En los estudios llevados a cabo en población general, las mujeres han reportado patrones de consumo de alcohol en los que se bebe con menos frecuencia y se ingiere una cantidad menor de alcohol (Mariño, et al, 2005). Sin embargo, cuando las mujeres consumen bebidas con alcohol tienden a concentrarse en niveles más elevados; esto quiere decir que, si bien éstas beben menos, cuando rebasan la barrera sociocultural que las protege, tienden a consumir mayores dosis (Medina-Mora, et al, 2001).

Para la población conformada por mujeres se sugiere que debido a la evidente represión social, se ven obligadas a emborracharse en forma oculta. Entonces, ingerir alcohol se convirtió para la mujer en un ritual oculto, básicamente debido a las presiones a las que estaba sujeta y a lo poco "decente" que era alcoholizarse en público (Ramos de Viesca, 2001).

También Medina-Mora (2001a) y Berruecos (2007) sugieren que para las mujeres se presentan notables diferencias ante este fenómeno; la variabilidad de los niveles hormonales durante en el ciclo menstrual, el embarazo y la menopausia; además de la baja proporción de agua relacionado a niveles elevados de intoxicación con bajas dosis de alcohol consumido, agradándose la comorbilidad psiquiátrica, que incluye depresión, ansiedad y otros desórdenes afectivos que están entre los factores psicológicos que contribuyen a la diferencias ante el consumo de alcohol.

De igual forma, Martínez (2006) propone que las mujeres que sufren de alcoholismo reflejan la existencia de un grado significativamente alto de depresión, pobreza en su autoestima, afectación en su autocontrol con sentimientos y actos agresivos así como tendencia al pensamiento paranoide. Lo que quiere decir que cuando una mujer traspasa la barrera social que la protege, tiende a un consumo más severo, lo que la pone en un riesgo mayor de consecuencias adversas y dificulta su rehabilitación (Medina-Mora, 1999).

Resulta evidente el problema de salud pública que se presenta en nuestro país, afectando cada vez a más grupos. La información sugiere que las adicciones se insertan en diversos sectores de la población, contextos y momentos socio- históricos. De esta forma, se puede hablar de otro sector de la población igualmente afectado por este fenómeno, se trata de la población estudiantil.

En estudios realizados para población adolescente y joven entre los años 2000 y 2003 en la Ciudad de México, se indica un incremento en el consumo de drogas, especialmente de alcohol, marihuana y metanfetaminas. También se reportan cambios en la respectiva contribución de hombres y mujeres, de tal

forma, que la prevalencia de consumo de alcohol y tabaco se presenta con similares valores. Incluso en algunas zonas el consumo de las mujeres es más elevado, que el consumo de ellos (Villatoro, et al, 2005).

El interés por abordar el consumo de alcohol en población estudiantil de nivel superior surge a partir del fenómeno observado, que es el incremento del abuso de alcohol entre la población menor de los 30 años. Además de que se han reportado problemas frecuentes como son: el deseo de beber menos, los arrestos, los conflictos familiares y las consultas médicas; se ha encontrado también evidencia de que el consumo aumenta en los estudiantes que cursan semestres más avanzados (Mora-Ríos, Natera y Juárez, 2005).

En la Encuesta de la Ciudad de México sobre el uso de drogas entre la comunidad escolar en el 2003, se reportó para el Distrito Federal que el 65.8 % de los adolescentes ha usado alcohol alguna vez en su vida y el 35.2 % lo han consumido en el último mes; afectando a la población masculina en un 65.6 % y a la femenina en un 66.1 %. Los resultados globales para la Ciudad de México indican que 23.8% de los estudiantes consume cinco copas o más por ocasión, al menos una vez al mes (Villatoro, et al 2005).

De igual forma, una institución de nivel superior, cada año lleva a cabo un examen médico automatizado, en el que se reporta para el año de 2005, que de los 70,900 alumnos inscritos, más del 74% fueron cuestionarios útiles, se detectó el 14.4% de consumo alto de alcohol y un 19.4% de consumo habitual de alcohol, entre los alumnos de primer ingreso. En lo que respecta a la distribución de consumo de alcohol, se encontró que el 45 % de los estudiantes no son consumidores, el 40 % tiene un consumo moderado y 15 % un consumo excesivo. Al observar la distribución, se encontró que la cerveza ocupó el primer lugar con el 61%, igual que a nivel nacional; los destilados con el 32%, los vinos de mesa con el 4% en tercer lugar, los coolers con 2% y otros con el 1% (FISAC, 2008).

Sin embargo, a pesar de los enormes esfuerzos de instituciones interesadas por el fenómeno de consumo, no se ha podido integrar un programa que

resulte sustentable para la prevención, diagnóstico y tratamiento. La información con la que se cuenta se queda en datos epidemiológicos y no se tiene un panorama contextual y/o cultural, siendo que el consumo de alcohol presenta diversos comportamientos, actitudes, normas y significados, así como una dinámica psicosocial que lo constituye.

Es por ello, que en un esfuerzo más se diseña un "Programa transdisciplinario en investigación y desarrollo para facultades y escuelas", siendo la Facultad de Psicología de la UNAM, la encargada de la coordinación del "Macroproyecto desarrollo de nuevos modelos para la prevención y el tratamiento de conductas adictivas". Dicho macroproyecto surge de la preocupación de autoridades universitarias, debidas a las negativas consecuencias y problemáticas asociadas al consumo de sustancias dentro y fuera de institución, por parte del sector estudiantil.

De esta forma, se necesita contar con un diagnóstico contextual actualizado del fenómeno de consumo de sustancias, que se suscita en la comunidad estudiantil. Además de que se proporcione información sobre los escenarios donde los actores involucrados presentan conductas y dinámicas que describan el fenómeno desde su propia perspectiva; y de esta forma conocer y analizar el consumo de sustancias legales e ilegales que se presenta en la comunidad estudiantil.

Se suma entonces, un proyecto que tiene como intención incorporar nuevos modelos para la prevención y diagnóstico oportuno de conductas adictivas; y se desarrolla una perspectiva que integra el fenómeno de manera global, se trata del proyecto denominado: "Cultura de consumo de sustancias en un entorno universitario: Un campo de significados y el contexto de sus manifestaciones".

El estudio tiene como objetivo principal describir y analizar la cultura de consumo de sustancias en contextos estudiantiles. Se derivan del estudio los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar y describir a los actores que participan en las ocasiones de consumo de sustancias en espacios de consumo.
2. Identificar y describir los diversos escenarios de consumo de sustancias, formales e informales, las condiciones físicas, así como las condiciones en las que se suscita el consumo.
3. Identificar y describir cuáles son los rituales y prácticas durante las ocasiones de consumo de sustancias; así como lo objetos relacionados.
4. Identificar y describir las reglas, los patrones, los códigos, las expresiones, las convenciones y los significados que tiene el consumo de sustancias para los diversos actores.
5. Formar recursos humanos especializados en el trabajo de intervención con individuos, grupos y comunidades de consumidores de sustancias adictivas.

El estudio fue llevado a cabo bajo una metodología mixta, presentando aportaciones de corte cuantitativo y cualitativo. De esta forma, se utilizó la aproximación etnográfica, a través de observación no participante y entrevistas focalizadas con informantes consumidores en escenarios de venta y/o consumo específicamente seleccionados.

Se tuvo la participación de 16 observadores, todos ellos estudiantes de las licenciaturas en: psicología, sociología y pedagogía. Antes de iniciar con el trabajo propio de la investigación, se tomo parte en el proceso de capacitación aclarando los aspectos clave para el desempeño de las actividades, así como de la logística.

El desarrollo de la investigación fue en dos Fases, la primera de ellas denominada de "Mapeo", tuvo como objetivo, caracterizar los contextos de venta y/o consumo de sustancias legales e ilegales, que rodean a los estudiantes en distintos planteles e instituciones educativas de nivel medio superior y superior de la Ciudad de México

Para esta fase se llevaron a cabo recorridos exploratorios para la ubicación de escenarios, incluyendo el contacto con integrantes de la comunidad estudiantil para informar sobre los escenarios de consumo de sustancias dentro y en zonas aledañas a la institución respectiva. Los pilares para la recolección de la información obtenida fueron: la guía para elegir escenarios, la guía de observación para escenarios de consumo y como apoyo la nota de campo.

Contando con información de los recorridos iniciales se consideraron aspectos como la seguridad y agrupación de los observadores, los recursos necesarios para la realización de las actividades; así como los elementos que determinaron la elección de los escenarios.

En la fase II, se trabajó con las entrevistas a consumidores de alcohol y/o drogas. Para llevar a cabo esta fase fue necesaria la elaboración de una guía que abordara el tema con la perspectiva de cultura, así como la consideración de la información obtenida de manera previa.

El paso siguiente consistió en la aplicación de las entrevistas focalizadas a consumidores de alcohol y/o drogas, teniendo en cuenta los criterios éticos, técnicos y logísticos definidos para poder llevar a cabo su realización.

Posteriormente con ayuda del programa de análisis cualitativo Atlas.ti 5.0, fueron analizadas y clasificadas las entrevistas y "notas de campo" obtenidas por los observadores, partiendo de categorías previamente definidas.

Para la finalización de esta segunda fase se efectuó la Integración del reporte de resultados de las entrevistas. La información en su conjunto proporciona un panorama amplio del fenómeno estudiado; sin embargo, considerando las limitaciones del presente reporte, sólo se tocará en un apartado posterior, lo referente a las dinámicas de consumo de alcohol en población de mujeres estudiantes de nivel superior.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

3.1. ACTIVIDADES

1. Integración al proyecto

Se tomó parte como integrante del proyecto de "Cultura de consumo de sustancias en un entorno universitario". Se recibió la inducción correspondiente; abordando aspectos generales como el tema, los objetivos, la metodología, la perspectiva, entre otros aspectos.

2. Revisión de literatura

Lectura analítica sobre la propuesta de cultura de J.B. Thompson (1993) y la metodología etnográfica de observación no participante (Hammersley y Atkinson, 1994), como bases teóricas del proyecto. También literatura de temas de adicciones, juventud, alcoholismo, drogadicción, entre otros. Realizando síntesis o resúmenes de la información.

3. Capacitación para la elaboración notas de campo

Participación en la capacitación, realizando una lectura analítica sobre información referente a la nota de campo como herramienta fundamental en la etnografía, observación participante. Además, se elaboraron como ejercicios notas de campo, y la participación en reuniones regulares para la retroalimentación correspondiente.

4. Estructuración de guías de observación

Participación en la revisión y modificación de guías de observación, en las que se encuentra: I. Guía de observación para elegir escenarios¹ y II. Guía de observación para escenarios de consumo². Se realizó la crítica y análisis de las guías para su posterior utilización. Se adaptaron y definieron nuevos conceptos y categorías para la recolección de información sobre el fenómeno. Además de que se discutieron nuevos medios para desempeñar la observación no participante.

¹ ANEXO 1

² ANEXO 2

5. Capacitación para el manejo de guías de observación

Participación en la capacitación para el manejo de las guías de observación, para "elegir escenarios" y para "escenarios"; se discutieron los lineamientos básicos para la recolección de información, así como consideraciones sobre la realización, de seguridad y ética aplicadas al campo.

6. Participación en reuniones

De forma activa y frecuente se tomó parte en reuniones, donde se discutían las actividades a realizar, así como su logística y retroalimentación pertinente. Esta fue una actividad que se realizó en reuniones semanales durante la participación en el proyecto de cultura de consumo.

7. Organización de recorridos

Participación en la organización y planeación de recorridos exploratorios, así como en los recorridos donde se tuvo una permanencia mayor. Se participó en la organización para escenarios de las diversas entidades. Además de la participación en discusiones para consideraciones prácticas, de seguridad y éticas para realizar los recorridos. Esta actividad de organización y programación de los recorridos se realizaba en reuniones semanales o quincenales.

8. Recorridos exploratorios

Participación en recorridos exploratorios en un primer acercamiento al fenómeno. Actividad realizada en las diversas entidades contempladas. De manera general se recorría la entidad al interior y exterior en busca de posibles escenarios de consumo. Ya identificado el escenario de consumo y/o venta de sustancias, se realizó el registro de la información con base en la guía para elegir escenarios. Se tomaron en cuenta las consideraciones de acceso a la información y elementos de seguridad para los observadores. La duración de estas actividades fue de dos meses y medio.

9. Elaboración de notas de campo

La nota de campo resultó una herramienta etnográfica que consistió en el registro (sistemático y ordenado) de la información obtenida en cada una de las

observaciones. La información contenida se basó en la guía de observación correspondiente. Esta actividad estuvo presente en cada una de las observaciones realizadas, por lo que es la actividad más constante (62 Notas)

10. Construcción de categorías

Colaboración en la formación de categorías de análisis, que tuvieron como base la información obtenida en las observaciones, la perspectiva estructural de cultura de J.B. Thompson (1993) que define el análisis cultural como el estudio de las acciones, los objetos y las expresiones significativas en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados. Además se considero la propuesta de oportunidades de consumo de Heath (2000) que plantea la inserción del consumo de bebidas con alcohol en la cultura, así como el significado, las prácticas, las costumbres y los ritos que se asocian a esta actividad. Las categorías se analizaron, estructuraron y modificaron con el propósito de una mejor descripción del fenómeno estudiado.

11. Registro de información

Participación en el registro de la información recabada por los observadores en los recorridos exploratorios. Se ordenó y clasificó la información, formando así, una base de datos con información básica (características de los escenarios, actividades, sustancias y población, entre otras) de los escenarios de consumo y/o venta encontrados en el interior y exterior de las entidades en estudio.

12. Georeferenciación de escenarios

Colaboración en la ubicación geográfica de los escenarios de las entidades en estudio. Para la ubicación se utilizaron mapas amplificados, en donde se ubicaron de manera sistemática los lugares de consumo y/o de sustancias. Algunos de los mapas se obtuvieron de la "Guía Roji" de la Ciudad de México, mientras que los mapas internos de las entidades se obtuvieron de su sitio en Internet. Se llevó a cabo una base de datos clasificando los diversos escenarios de acuerdo a la categoría correspondiente, además de datos principales del escenario.

13. Análisis de datos

Participación en el análisis de la información obtenida en los primeros acercamientos, tomando en cuenta categorías previamente definidas. Todos los escenarios fueron llevados al proceso de análisis, con base en una Guía de observación para escenarios de consumo. Las categorías abordadas fueron: tiempo, espacio, población, prácticas, sustancias, legalidad y exposición al consumo. Cada una de estas categorías contaba con subcategorías, de tal manera, que contemplara un mayor rango de información sobre el fenómeno. Se analizaron todas las notas de campo derivadas de las observaciones.

14. Selección de los escenarios

Participación en la selección de escenarios. Teniendo como base los resultados de los análisis de los escenarios se consideró bajo criterios específicos la selección de escenarios de consumo. Se discutieron los resultados que proporcionaron mayor riqueza y variabilidad de información, así como aspectos de seguridad para los observadores. Lo anterior se llevó a cabo durante varias reuniones con participación activa.

15. Observación no participante

Participación en la realización de observaciones en los escenarios de venta/consumo elegidos. Se llevaba a cabo una permanencia, con un tiempo determinado en el escenario donde de manera selectiva y con base a la guía para escenarios, se tomaba registro de diversos criterios especificados en la guía de observación, realizando pequeñas notas o registro mental. La observación no era pasiva ya que se recurría a interactuar con personal del escenario, o bien con los asistentes, con el fin de obtener información relacionada al fenómeno; incluso, para obtener posibles informantes. Esta actividad resultó vital para el proyecto y se llevó a cabo durante un periodo de 3 meses.

16. Contacto con informantes

Esta actividad consistía en identificar a la persona que pudiera proporcionar información adecuada. Posteriormente se le solicitaba su colaboración, se programaba una cita con la persona. Se tuvo en cuenta las consideraciones

éticas como a confidencialidad y/o anonimato; se explicó de manera clara el objetivo de la entrevista y las circunstancias en las que se realizaría la misma.

17. Capacitación en técnicas de entrevista

Participación en la capacitación proporcionada para el manejo de una Guía de entrevista para consumidores de alcohol y/o drogas³. Se proporcionó la información necesaria para el entendimiento de categorías y conceptos contenidos en la guía. También se consideraron aspectos éticos para su realización, así como las herramientas y habilidades que se utilizarían para llevar a cabo esta actividad. Dentro de esta capacitación se llevó a cabo una entrevista de práctica; al ser grabada fue revisada, proporcionando la retroalimentación respectiva.

18. Aplicación de entrevistas focalizadas

Participación en la aplicación de entrevistas focalizadas a consumidores de alcohol y/o drogas. Esta actividad consistió llevar a cabo una entrevista semi-estructurada, con base a la guía establecida para la actividad; además de tener la libertad de ahondar algún área relevante o de interés. Durante la entrevista se tuvieron presentes las consideraciones éticas, como la confidencialidad, ya que fueron grabadas. Se realizaron tres entrevistas con una duración aproximada de 40 minutos, las cuales fueron transcritas en un texto (de un archivo de audio se llevó a uno de texto). La información se respetó en todo momento.

19. Elaboración del primer reporte

Participación en la elaboración del primer reporte. Se registró la información y se capturó en una base de datos de acuerdo a su clasificación. Fueron tomados en cuenta todos los escenarios para el análisis, obteniendo un panorama general de fenómeno. Se consideraron los siguientes aspectos demográficos de la entidad: nombre, giro, horarios, tipo de escenario, venta y/o venta y consumo, sustancias presentes.

³ ANEXO 3

20. Curso-Taller de análisis cualitativo

Participación en el curso-taller del programa (software) para análisis cualitativo Atlas.ti 5.0, con una duración de 40 horas.

21. Análisis de la información

Colaboración en el análisis de las observaciones y entrevistas. Para esta actividad se seleccionó y clasificó la información contenida en las notas de campo y las entrevistas realizadas (se tomaron en cuenta sólo los escenarios seleccionados). La información fue analizada bajo las categorías previamente establecidas y con ayuda del programa de análisis Atlas.Ti. 5.0.

3.2 HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS

Para la ejecución de las actividades llevada a cabo durante la investigación, fue necesario el uso de los conocimientos previos y actualizados sobre el fenómeno de consumo de sustancias; además de que se utilizaron habilidades que jugaron un papel importante para la obtención de información.

El análisis resulta una de las habilidades desarrolladas, ya que era necesario discernir con claridad la circunstancia y obtener la información necesaria y suficiente, dejando de lado toda aquella información que no aportara lo requerido o fuera irrelevante. Para este caso la observación, la síntesis, la memorización e integración se coordinan para formar bases sólidas; y de esta forma poder dar una descripción del fenómeno o bien tomar una decisión.

En lo que respecta a la comunicación, esta habilidad resultó indispensable, ya que se podía obtener información sobre el fenómeno con la persona que lo experimenta. La empatía y rapport que se generaba en los escenarios se fue adquiriendo, resultando cada vez más fácil obtener información. Las notas de campo y principalmente las entrevistas con gran aporte informativo surgen precisamente de la habilidad de comunicación que se desarrolló y aplicó en el trabajo de investigación.

La principal habilidad desarrollada fue la de aprendizaje, puesto que a partir de formar parte del proyecto, la visión y conocimientos sobre el consumo de

sustancias fueron modificándose e integrándose de manera progresiva y continua. En este sentido, se engloba toda una serie de habilidades y conocimientos que proporcionan una base sólida para la aplicación y ejecución de propuestas que beneficien a poblaciones vulneradas.

En lo que respecta a los conocimientos, uno de los adquiridos principalmente dentro del proyecto, está relacionada directamente con la investigación de corte cualitativo, y de forma específica la etnografía como herramienta en la investigación de fenómenos multifactoriales como lo es el consumo de sustancias legales e ilegales.

Se integró también la perspectiva estructural de cultura enfocada al fenómeno de las conductas de consumo de sustancias y la propuesta de oportunidades de consumo aplicada a nuestro país; de esta manera se formó una visión más amplia sobre el fenómeno tratado, así como las formas en las que se aborda.

También el conocimiento de los recientes estudios e investigaciones en México sobre el consumo de alcohol en la población constituida por mujeres y en general. De esta forma, el conocimiento de instituciones encargadas de tratar a personas que padecen las consecuencias asociadas al consumo de sustancias, así como de instituciones que informan sobre el tema o bien que fomentan la investigación.

A estos nuevos conocimientos se agrega el uso del programa para análisis cualitativo Atlas.Ti 5.0 herramienta útil para la investigación. Así como el empleo de la entrevista semi-estructurada para obtener información.

4. OBJETIVO DEL INFORME

El presente Informe Profesional de Servicio Social tiene como objetivo describir y analizar la dinámica de consumo de alcohol en mujeres estudiantes de una Institución de Nivel Superior, a través de una aproximación etnográfica, observación no participante y entrevistas focalizadas a consumidores de alcohol; para obtener un diagnóstico contextual del fenómeno y fomentar la búsqueda de modelos de prevención y tratamiento.

Se llevó a cabo el análisis de cuatro variables, las cuales constituyen la dinámica de consumo. Las variables son las siguientes:

- 1) Nivel de consumo: la cantidad observada de bebidas con alcohol ingerida en un lapso de tiempo determinado.
- 2) Sustancias: toda bebida que se observe que contenga alcohol, sin importar el grado que presente; además si ésta se presenta sola o como una mezcla con otra u otras bebidas con alcohol o sin él.
- 3) Día y momento de consumo: El día se entiende como el momento cronológico, correspondiendo a los siete días de la semana; y el momento, como el periodo en que se suscita el consumo durante un día.
- 4) Prácticas: considera todas aquellas actividades, acciones y/o conductas que mediante la observación se pueden apreciar y registrar, y que se manifiestan dentro del contexto propio de una ocasión de consumo.

El análisis de la dinámica de consumo de alcohol en mujeres se enfoca desde una perspectiva cualitativa, y forma parte del proyecto de investigación. *“Cultura de consumo de sustancias en un entorno universitario: Un campo de significados y el contexto de sus manifestaciones”*. De esta forma, los resultados que se presentan son sólo una parte del estudio.

5. MÉTODO

Aproximación metodológica

La metodología para el presente reporte profesional, consistió en un enfoque cualitativo, ya que este método hace énfasis en el estudio de procesos sociales (Szasz y Lerner, 1996), lo que permite un acercamiento a los significados, prácticas y dinámica en general de la población en estudio. La aproximación etnográfica a través de observación no participante y la entrevista focalizada (Hammersley y Atkinson, 1994) permite hacer una descripción de las prácticas y dinámica de interacción de los consumidores de alcohol y/o drogas en escenarios de venta y/o consumo.

Muestra

Población y participantes: la población estudiada estuvo conformada por mujeres estudiantes de una institución educativa de nivel superior de la Ciudad de México. Para el trabajo de etnografía fueron observadas en escenarios de consumo mujeres de entre 18 y 25 años de edad, todas ellas estudiantes de una institución de nivel superior, que asistían a escenarios donde particularmente se consume bebidas con alcohol.

Escenario

Las observaciones se realizaron en tres tipos de escenarios. 1) Formal: espacio físico que se caracteriza por ser un establecimiento que tiene como objetivo o giro la venta y/o consumo de bebidas con alcohol (bar, cantina) 2) Informal: espacio físico que se utiliza para el consumo de bebidas con alcohol, pero que su objetivo y/o uso es diferente a este (áreas verdes, pasillo, estacionamiento). 3) Mixto: espacio físico que se caracteriza por tener la cualidad de ser utilizado para el consumo de bebidas con alcohol y para uno distinto a este (casa, discoteca).

De esta forma se trabajo en 10 escenarios, 2 informales y 8 formales; que se encontraban ubicados dentro o a los alrededores de entidades estudiantiles de Nivel Superior del Distrito Federal.

Instrumentos

Para el análisis de la información del informe profesional se tomaron en consideración 46 entrevistas realizadas a hombres y mujeres pertenecientes a la institución y 1200 notas de campo de los 16 participantes del proyecto.

Para realizar el registro de la información (notas de campo) se tuvo como instrumentos de trabajo, guías de observación y de entrevista. Se utilizó una "Guía de observación para elegir los escenarios" (Anexo 1) la cual contiene los criterios y situaciones que deben ser considerados durante los recorridos exploratorios; para así, determinar los escenarios donde se realizarán las observaciones. Se trataron aspectos como: datos de registro de la observación, datos del escenario, características de los actores participantes, sustancias de consumo observadas, conductas relacionadas al consumo, duración del consumo y de actividades asociadas, posibles informantes, registro de la presencia de elementos de control ambiental, comentarios y mapa de escenario; y por último, un auto registro.

En lo que respecta a la "Guía de observación para escenarios de consumo" (Anexo 2) las categorías contenidas fueron: 1) Espacio, donde se incluye datos demográficos del escenario; 2) Tiempo, trata lo relacionado a la temporalidad y momentos cronológicos; 3) Población, criterio que considera información sociodemográfica; 4) Sustancias, trata sobre su venta, consumo, tipo y presentación; 5) Prácticas, comprende las situaciones que conlleven al consumo e incluye registro del nivel del mismo; 6) Legalidad, trata con la venta y/o consumo de sustancias a menores; 7) Formas simbólicas, trata las conductas, prácticas, reglas, normas, objetos además de situaciones presentes durante el consumo; 8) Ocasiones de consumo, comprende los significados, expectativas, creencias y consecuencias del consumo; 9) Comentarios del observador y mapa de escenario y 10) auto registro.

Para el caso de las entrevistas se utilizó una "Guía de entrevistas para consumidores de alcohol y/o drogas" (Anexo 3) que contempla situaciones y consideraciones para el acercamiento a los informantes, así como cuestiones éticas; además de criterios que tienen como objetivo obtener información sobre la cultura de consumo de sustancias, así como la experiencia y conocimientos del entrevistado sobre el fenómeno.

Los categorías abordadas en la entrevista fueron las siguientes: 1) historia personal, 2) percepción y opinión del fenómeno, 3) significados, rituales y creencias asociados al consumo y 4) datos sociodemográficos de los entrevistados.

Procedimiento

El desarrollo del Informe Profesional tuvo dos fases, la primera consistió en trabajo de tipo etnográfico, observación no participante en escenarios de consumo de sustancias y la segunda, aplicación de entrevistas focalizadas a consumidores de alcohol y/o drogas.

Para el análisis e interpretación de datos, se realizó el análisis en el programa de análisis cualitativo Atlas.Ti 5.0, con el fin de organizar, clasificar y seleccionar las notas de campo del trabajo etnográfico, así como las transcripciones de las entrevistas focalizadas realizadas a consumidores de alcohol y/o drogas.

Observación no participante: para la inmersión al campo de estudio se realizaron recorridos exploratorios para la georeferenciación de los escenarios, además de que se obtuvieron las características que determinar cuales serían los escenarios que aportarían información pertinente a la investigación. Los recorridos eran de aproximadamente 2 horas, en días horarios distintos, durante un periodo de dos meses y medio. Al interactuar con los actores involucrados en los escenarios de consumo se tuvo contacto con informantes para posteriores entrevistas.

Contando con información de los recorridos iniciales se consideraron aspectos como la seguridad, la agrupación de los observadores (en pareja regularmente) y los recursos necesarios para la realización de la observación no participante. Se analizó y determinó la elección de los escenarios con base a los criterios de: tiempo, espacio, población, prácticas, sustancias, legalidad y exposición al consumo. De esta forma, se realizaron observaciones en escenarios de consumo durante un periodo de 3 meses. Las observaciones se realizaron, de miércoles a viernes por la tarde-noche y tuvieron una duración de una a tres horas por escenario observado. De igual forma se realizó el contacto con informantes y se interactuó tanto con el personal que laboraba como con los asistentes.

Entrevista focalizada: El paso siguiente consistió en la aplicación de las entrevistas focalizadas a consumidores de alcohol y/o drogas, teniendo en cuenta los criterios éticos, técnicos y logísticos definidos para poder llevar a cabo su realización. Se realizaron 22 entrevistas a hombres y mujeres consumidores de alcohol y/o drogas y que pertenecen a una institución educativa del Distrito Federal. Las entrevistas tuvieron una duración de una hora aproximadamente y fueron realizadas en salones, áreas verdes y en otros lugares de la ciudad.

Procesamiento de la información: el análisis de las notas de campo y entrevistas se inició con una lectura detallada y en un primer momento se identificaron y seleccionaron las citas y frases que estuvieran acorde con los criterios principales de la dinámica de consumo: el día y momento del consumo, las sustancias que consumen, el nivel de consumo y las prácticas asociadas al consumo. De esta forma los resultados obtenidos son los más representativos de la población en estudio.

Es así, como se responde a la necesidad de tener un diagnóstico contextual que describa al fenómeno desde sus entrañas; además de identificar las prácticas y/o conductas que conllevan a un consumo nocivo.

5.1. ACTIVIDADES

En lo que respecta a las actividades realizadas, se considera en primera instancia la revisión de literatura relacionada al fenómeno de consumo de sustancias, así como las propuestas centrales de Thompson (1993) y Heath (2000). Dicha actividad se realizó de manera constante.

De manera activa se tomó parte en la revisión, modificación y aplicación de guías de observación, y de manera homóloga para el caso de las entrevistas focalizadas.

Para el trabajo en el campo, se realizaron recorridos exploratorios en las diversas entidades educativas, durante dos meses y medio. El tiempo de permanencia y los días, fue cambiando con base a lo observado y de manera frecuente los recorridos se realizaban en pareja.

Se tomó parte también, en la observación no participante en los escenarios de venta/consumo elegidos; durante un periodo de poco más de tres meses. Con base a la elección de escenarios se determinaron diez escenarios, que se encontraban ubicados en las entidades educativas de nivel medio superior y superior. Se determinaron las tardes-noches de los días miércoles al viernes, con una duración aproximada de dos horas por escenario observado.

Además se realizaron notas de campo en todas las observaciones, esta actividad junto con las entrevistas juegan un papel importante, debido a que son los registros fundamentales utilizados para el análisis en el programa Atlas.TI 5.0.

Finalmente para el análisis de todas las entrevistas y notas de campo, se tomó parte en su elaboración, realizándolo con base a criterios siguientes de cultura de consumo: tiempo, espacio, población, formas simbólicas, patrones de consumo; y en lo que respecta a las oportunidades de consumo: prácticas que conllevan al consumo y al exceso, legalidad, sustancias, prácticas de ingreso; perspectiva estructural de cultura de Thompson (1993).y las oportunidades de

consumo de Heath (2000), respectivamente. Se consideró además, dentro de la formación de categorías de análisis, la información obtenida en las observaciones. Cabe señalar que se estructuraron y modificaron categorías que describen la cultura de consumo.

Para el presente Informe Profesional los resultados obtenidos se derivan de las actividades antes mencionadas y del análisis realizado de manera conjunta con los integrantes de proyecto "Cultura de consumo de alcohol en un entorno universitario". Por tal motivo los resultados que se presentan son sólo una parte del proyecto.

6. MARCO TEÓRICO

6.1. PANORAMA GENERAL EPIDEMIOLÓGICO

La psicología y varias disciplinas orientadas a la mejora de la calidad humana se enfrentan a múltiples y variados fenómenos que afectan a la sociedad actual. Inmensos esfuerzos se han encaminado a la salud física y mental de los individuos, teniendo así, que tratar con fenómenos multifactoriales que han incidido de manera negativa, como lo es el uso de sustancias adictivas.

En las últimas décadas se ha incrementado el número de sustancias lícitas e ilícitas en el mercado, presentándose también un aumento en su consumo. Dentro de las sustancias lícitas se encuentra el consumo de alcohol, que crece especialmente entre la población compuesta por mujeres y jóvenes (Fleiz, et al, 2007 y Medina-Mora, et al, 2001) generando consecuencias negativas a nivel individual y social muy superiores a las que podrían derivarse del abuso de otras sustancias (Natera, Mora y Tiburcio, 2002).

De acuerdo con la ENA (2002), las cifras entre hombres y mujeres que han consumido bebidas con alcohol alguna vez, no presentan gran diferencia; las mujeres aún no sobrepasan el consumo de los hombres. Berruecos (2003), sugiere que las mujeres que consumen alcohol por lo general, lo hacen en situaciones y contextos muy diferentes a los del hombre. Además se señala

que la susceptibilidad a la dependencia a esta sustancia por parte de las mujeres resulta una situación de alarma (Caraveo-Anduaga, Colmenares-Bermúdez, y Saldivar-Hernández, 2004).

Es evidente que el abuso de alcohol y las adicciones en general, se insertan en sectores de la población cada vez más joven, por lo que se sugiere que la situación sociocultural o estrato social no representa una limitante (Natera, Mora y Tiburcio, 2002). De esta manera, se puede hablar de otro sector de la población igualmente afectado por este fenómeno, se trata de la población joven.

En el caso concreto de la población de estudiantes, el alcohol es la droga que ocupa el primer lugar de consumo, y con base a la Encuesta de la Ciudad de México sobre el uso de drogas entre la comunidad escolar en el 2003, se reporto que para el Distrito Federal el 65.8 % de los adolescentes ha usado alcohol alguna vez en su vida; resultando igualmente afectada la población masculina (65.6 %) que la femenina (66.1%) (Villatoro, et al 2005; Rojas-Guiot, et al, 1999). Y de manera específica se reporta que en estudiantes de nivel superior, menores de 30 años, se ha presentado uso habitual e incremento en el consumo.

Los problemas más frecuentes en población estudiantil consisten en: el deseo de beber menos, los arrestos, los problemas familiares y las consultas médicas (FISAC, 2008 y Mora-Ríos, Natera y Juárez, 2005). Las consecuencias del uso y abuso de alcohol en población femenina cada vez más joven y su tendencia al aumento, es evidencia del problema de salud pública que vive actualmente el país.

6.2. ASPECTOS SOCIO-CULTURALES DEL CONSUMO DE ALCOHOL

A pesar de los grandes esfuerzos de estudios e investigaciones no se ha podido controlar o en algún grado prevenir el fenómeno, los datos epidemiológicos dan a conocer de manera parcial el problema, por lo que no han sido suficientes frente al consumo que tiende al aumento; es por ello, que

se requiere de una perspectiva que aporte una contextualización para entender el fenómeno, con lo anterior se hace referencia a la cultura de consumo.

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; Thompson, 1993 y Rojas-Guiot, et al, 1999).

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 y 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 y 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 es considerado el alcohol un elemento integrado a la cultura; es aceptado como motivador en reuniones de amigos, familias, y hasta de trabajo o estudio, lo que 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, su función es 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 (FISAC, 2008; Lara y Salgado de Snyder, 2002 y Berenzon y Carreño, 1996).

De acuerdo a la 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. (Raskin y Jackson 2005; Medina-Mora et al, 2001; Mora-Ríos y Natera, 2001). 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 y 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 puede enunciar ejemplos como la identificación del ocio con la bebida como una forma pasiva de entretenimiento; el mimetismo, la admiración por 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 y 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 (Ortiz, et al 2006; Lara y Salgado de Snyder, 2002; Natera, et al, 2002 y FISAC, 1999.). 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. (NIAAA, 2008: 1999; Berruecos, 2007; Martínez, 2006; Marifo, et al 2005; Collins Y McNair, 2003 y Medina-Mora, 2001a; 1999).

En el ámbito socio-cultural la relación de las mujeres con este ambiente de consumo 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 (Urbano y Arostegi, 2004 y Arana, 1999).

El consumo realizado por los varones es social, en compañía generalmente 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; siendo este un ritual 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 (Mariño, et al, 2005 y Berruecos 2007). Incluso en algunos contextos esta práctica realizada en público es considerada poco "decente" y por lo tanto la imagen de la mujer embriagada es mucho más rechazada (Gómez, 2008; Ortiz, et al 2006; Berruecos 2007; Mariño, et al, 2005; Wilsnack y Wilsnack, 2003; Ramos de Viesca, 2001; Urbano y Arostegi, 2004 y Arana, 1999).

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; Urbano y Arostegi, 2004; Romero, Rodríguez y Campillo, 1999 y Rojas-Guiot, et al 1999).

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).

6.3. SUSTANCIAS QUE CONSUMEN

Se puede considerar que existen elementos o ciertas características que describen la situación durante el consumo, en este caso el uso de una sustancia en particular. Aunque existe una gran cantidad de bebidas disponibles y de diversos precios, la población joven generalmente consume cerveza o bebidas combinadas por ellos mismos (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007; Arana, 1999 y Rojas-Guiot, et al, 1999).

Entonces, la cerveza ocupó el primer lugar con 61%, a nivel nacional, le siguen los destilados con un 32%, los vinos de mesa con 4%, los coolers con 2% y otros con el 1%. (FISAC, 2008 y Mora-Ríos, y Natera, 2001). Y dentro de las bebidas preparadas que consumen los jóvenes en bares y antros de la Ciudad de México se pueden citar ejemplos como: "cucarachas", "kamikazes", "mopets", "mamaditas", "petróleo", "bombas", "shots", "tumba locos", entre otras. Estas bebidas contienen en ocasiones, hasta cuatro tipos de bebidas mezcladas: ron, tequila, brandy, vodka, etc. (Rivera, 2001).

Natera et al (2002) también reportan en un estudio etnográfico, además del pulque y el mezcal, una gran diversidad de bebidas combinadas con alcohol del 96; como ejemplos se tiene: "las pollas", "la veladora de santas", "chacharea", "toritos", "simulacro", entre otras tantas. Como se observa, la diversidad de sustancias es evidente y de igual manera lo es la calidad.

6.4. NIVEL DE CONSUMO

Otro elemento a considerar es el nivel de consumo ya que se reportan con frecuencia problemas cuando el consumo es mayor de 5 copas por ocasión (Medina-Mora, 2001). En lo que respecta al grado de alcohol y sus efectos, éstos se mueve en un rango bastante amplio, y de persona a persona; por lo que para lograr el efecto de embriaguez o un alto grado de intoxicación depende de factores como la masa corporal, el índice de grasa en el cuerpo, la cantidad y como se bebió, el estado de ánimo e incluso, si se es hombre o mujer (Medina-Mora, 2001; NIAAA, 1999 y Berruecos, 2007).

El consumo que se presenta en los resultados globales para la Ciudad de México, indica que 23.8% de los estudiantes consume cinco copas o más por ocasión, al menos una vez al mes (Villatoro, et al, 2005). Para el concepto de embriaguez y uso excesivo (cinco o más copas por ocasión), se presenta principalmente entre los 19 y 30 años, para ambos sexos (Raskin y Jackson, 2005; Medina-Mora, 2001; NIAAA, 1999 y López-Jiménez, 1998).

En lo que concierne a los patrones de consumo, se reporta que los varones consumen en mayor frecuencia y cantidad que las mujeres (Gaitán, et al, 2004 y Mora-Ríos y Natera, 2001). Incluso diversos autores sugieren que el patrón típico de consumo entre varones sigue siendo de baja frecuencia (mensual o semanal) y se asocia más bien con grandes cantidades. Para los varones la regla es el exceso, especialmente en edades más tempranas; se tiene reporte que el consumo promedio semanal es de 12 cervezas de 355 ml; o a 128 gramos de alcohol —es un equivalente a 12 tragos (copas) aproximadamente— (Arana, 1999; Gaitán, et al, 2004; ENA, 2002 y Rosovsky, 2001). Lo anterior sugiere que debido a su prevalencia y forma, los mexicanos consumen alcohol con baja frecuencia pero en grandes cantidades y con marcada tendencia a la embriaguez (Herrera-Vázquez, et al, 2004 y López-Jiménez, 1998).

Entre las mujeres, en cambio, el consumo es poco frecuente y en bajas cantidades es más común: Las mujeres beben en promedio de una a cuatro copas por ocasión (Gómez, 2008; Mariño, et al, 2005; Urbano y Arostegi, 2004; Caraveo-Anduaga, et al, 2004 y Medina-Mora, et al, 2001).

Los límites que se establecen para el consumo semanal para la población de mujeres mexicanas, es de no consumir más de 9 copas a la semana, además de no exceder de un copa por hora, ni a más de cuatro por ocasión de consumo. En lo que respecta a la cantidad consumida la OMS propone para el caso de las mujeres, los siguientes criterios para la investigación y con fines comparativos: consumo bajo de 1 a 20g; medio de 21 a 40g y alto arriba de los 40g. En el caso de los varones los criterios aumentan 10g por cada nivel de consumo. Se considera que una medida estándar de cualquier bebida contiene 12g de alcohol; un varón necesita consumir más de cinco copas por ocasión y

una mujer más de tres y media para ubicarse en el nivel de alto riesgo. (Alarcón, Mazzotti y Nicoli, 2005).

6.5. DÍA Y MOMENTO DE CONSUMO

De igual forma juega un papel importante el espacio geográfico o el lugar donde suelen beber los jóvenes. Este 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 éste se presente. (Jiménez, Valadez, y Bañuelos, 2007; Mora-Ríos y Natera, 2001; Natera, et al, 2002 y Berenzon y Carreño, 1996).

Arana (1999), sugiere que los jóvenes buscan zonas donde la aglomeración sea extraordinaria durante las noches. El único atractivo del lugar es la abundancia en bares, alejándose así, lo más posible de un ambiente cotidiano. De esta forma los lugares o ambientes diferenciados donde se bebe forman parte del ritual. Además, este autor señala que en cada ciudad existen zonas urbanas muy concretas en las que se acumulan los establecimientos de bebidas para jóvenes. A pesar de que es un dato ambivalente 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 los jóvenes pasan durante la noche de uno a otro bar o pub pero 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.

En México, en términos generales, se observa como forma de ingestión de alcohol episodios agudos de gran consumo y es la más recurrente entre la población general; la ingestión aumenta sobre todo durante los fines de semana y en periodos de fiesta o días festivos. El consumo entonces se hace con frecuencia los días viernes y sábados para descender notablemente los domingos y ser casi nula en el resto de los días de la semana; incluso se

presenta como una pauta constante. Tal actividad se realiza durante el uso del tiempo libre, fuera del ámbito familiar, y en los lugares de relación social de jóvenes y siempre en compañía de iguales (FISAC, 2008; Jiménez, Valadez, y Bañuelos, 2007; Arana, 1999; y López-Jiménez, 1998).

6.6. PRÁCTICAS DURANTE EL CONSUMO

Existen factores que promueven que tanto hombres como mujeres se adhieran al mundo de consumo. Dentro de estos factores se pueden 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 2 X 1, o los espectáculos exclusivos para el sexo femenino, entre otros (Berruecos, 2003; Montemurro, 2003 y Más, Varela, y 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", incluso se llegaron a tener ofertas en donde no pagaban ni cover, ni consumo las mujeres, siendo México el único país con este formato (Toscano, 2001 y Rivera, 2001).

Entonces, siendo que los jóvenes beben en compañía de sus amistades o iguales, por motivos y expectativas diversas, ahora cabe señalar lo que sucede durante su consumo; en particular las conductas y/o prácticas que realizan durante el consumo de sustancias con alcohol.

Dentro de la misma cultura surgen prácticas que conllevan o tienen como fin específico la ingesta. Heath (2000) sugiere que existen rituales no necesariamente sagrados, con cierta estética y repetitivos, que esperan 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. Este mismo autor señala para el caso específico de México, que el brindis se realiza con la conjunción de los buenos deseos y tomar cruzando los brazos quiere decir que no existe veneno entre las personas.

El Brindar es un estilo especial de beber, por muchas razones especiales. Durante el brindis por ejemplo, se puede decir un buen discurso o bien la competencia de decir el mejor para ganar la simpatía de los presentes. También Comprar bebidas es señal de status y de apoyo para que otros beban en tiempo de austeridad económica y viceversa, es decir, ayuda entre semejantes para beber, este tipo de ayuda es común en todo el mundo. Un aspecto importante que señala Heath (2000), es que beber en grupo es siempre importante y nunca se debe de hacer solo.

También se encuentran las prácticas y/o conductas realizadas por los jóvenes durante su consumo. Es este caso se tiene como ejemplo 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 *old fashion*, 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).

Pero las prácticas más graves ocurren en lugares donde se da de beber copas 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 tirado en la calle", siendo esta instancia el orgullo de occidente (Natera, et al 2002).

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 (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007 y Arana, 1999). Se presenta además

euforia leve, la persona se vuelve más hablante, hay aumento de auto confianza, y desinhibición (CISA, 2007).

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.

No obstante, esto no siempre es así y con frecuencia son las chicas las que cometen mayor número de "disparates" durante las noches de bebida, y es que en esto, como en otros muchos aspectos de la vida social y juvenil, parece existir una ley del péndulo que lleva de exageración en exageración y las chicas creen igualarse a los varones cometiendo sus mismos actos, pero los sobrepasan entrando de lleno en las conductas exageradas (Arana, 1999).

La información con la que se cuenta aun no describe con claridad las prácticas que conllevan a un consumo en exceso, sin embargo se hace alusión al contraste entre la forma de beber de los varones y de las mujeres. De esta forma, se debe de tener presente que las consecuencias no siempre son las deseadas y que de acuerdo con la sociedad que se trate, el consumo de alcohol puede proporcionar beneficios sociales, o en el peor de los casos toda una serie de consecuencias negativas como los malestares físicos inmediatos, las enfermedades resultantes del excesivo y los problemas que se suscitan en la vida personal, escolar y/o laboral.

7. RESULTADOS

7.1. DINÁMICA DE CONSUMO

Nivel de consumo

Para la descripción de la dinámica de consumo en mujeres se considera, en primera instancia, la ingesta de bebidas con alcohol y para este caso; y de manera específica la cantidad que se consume. El nivel de consumo se considera como un factor que incide directamente en la salud de las mujeres, ya que la susceptibilidad que presentan ante la cantidad ingerida determina las consecuencias que se presentan ante el abuso (Caraveo-Anduaga, et al, 2004).

Se define nivel de consumo como: la cantidad observada de bebidas con alcohol ingerida en un lapso de tiempo determinado (lapso de tiempo no mayor a 3 horas). Con fines de establecer diferencias (rangos) para esta variable, se toman como referencia tres niveles; bajo, que va de 1 a 3 tragos; moderado, de 4 a 6 tragos y excesivo, que sobrepasa los 7 tragos por ocasión de consumo (Alarcón, Mazzotti y Nicolli, 2005 y Villatoro, et al, 2005).

En general, se obtuvo como resultado que los estudiantes de nivel superior presentan un consumo excesivo, mayor a siete tragos, y como ejemplo tenemos:

"no había nadie que presentara signos de intoxicación a pesar de los fuertes consumos, esto es algo que en general siempre ocurre con Don Salud, hay mucha gente que llega y bebe grandes cantidades de cerveza (he visto a tipos beberse unas 5 caguamas) como si nada, lo cual me hace suponer que la clientela de Don Salud está muy acostumbrada a beber ya que pocas veces he visto chicos y chicas evidentemente intoxicadas." (Nota de observador).

En el nivel de consumo analizado por sexo, se encontró que los varones presentan un consumo excesivo, ingesta mayor a 7 tragos. En contraste, las mujeres muestran un consumo moderado, una ingesta de 4 a 6 tragos por

ocasión de consumo; sin embargo se encuentran muy cerca de un consumo excesivo (Raskin y Jackson, 2005; García, 2001; Medina-Mora, 2001; NIAAA, 1999; López-Jiménez, 1998 y Caraveo-Anduaga, et al 2004)

“Mientras que las chicas lo hacían con menos ímpetu sin embargo también bebían grandes cantidades, toda esa mesa presentaba consumo excesivo” (Nota de observador).

Para hombres y mujeres, se refiere a la caguama y/o caguamón como la bebida más representativa. En el caso de la cerveza se considera que un trago estándar equivale a una cerveza de medio (355 ml); una caguama, contiene 3 tragos (925 ml); y un caguamón, contiene 4 tragos (1200 ml)

A pesar de que se señala un ligero contraste en los niveles de consumo por sexo, las consecuencias derivadas de éste, no son las mismas, ya que las mujeres además de la vulnerabilidad física, se pueden exponer al abuso sexual. De esta manera existe un riesgo mayor para esta población a pesar de las condiciones similares de ingesta de alcohol (Urbano y Arostegi, 2004 y Arana, 1999).

Sustancias

Otro elemento que describe la dinámica de consumo, es sin lugar a dudas la sustancia que se consume. Existe una amplia gama de bebidas con alcohol en el mercado, sin embargo se muestra una tendencia hacia bebidas con mayor contenido y pésima calidad (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007; Arana, 1999 y Rojas-Guiot, et al 1999). Es por ello, importante saber que están consumiendo los jóvenes estudiantes, ya que graves consecuencias en su salud pueden derivarse no sólo de la cantidad; si no también de la calidad de la sustancia.

Se entiende entonces por sustancia, toda bebida que se observe que contenga alcohol, sin importar el grado que presente; además si ésta se presenta sola o como una mezcla con otra u otras bebidas con alcohol o sin él. Para esta variable tenemos los siguientes tipos: Cerveza (de lata, media, caguama,

Caguamón o sinónimos como chela, cartón, six); los Destilados (tequila, ron, vodka, vino tinto, brandy, mezcal); Mezclas (bebidas preparadas –mezcladas– con destilados y refresco y/o jugo, regularmente envasado en lata, botella; como New mix, Kosaco); los Preparados (bebidas preparadas y/o mezcladas) destilados con refresco, con agua o cualquier otra bebida o sustancia; como michelada, cucaracha, shot, entre otros) y los Coolers (bebidas regularmente con bajo grado de alcohol y de diversos sabores; como viña real, caribe cooler, skyy blue).

La cerveza resultó la sustancia de mayor presencia en entrevistas y notas de campo, en comparación con otras bebidas con alcohol.

“El consumo de alcohol me sorprendió bastante, pues casi todos los grupos tenían o 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 como viña real, new mix, cubaraima, kosako, blue sky, bebidas energéticas como boost, las cuales combinan con alcohol.” (Nota de observador).

En la observación anterior se mencionan los tipos de sustancias que estuvieron presentes durante el consumo. Sin embargo para el caso específico de la cerveza, la presentación más reportada fue la caguama y/o caguamón. Por lo que esta situación se toma como un elemento que refiere la situación socioeconómica de la población estudiantil; pues en términos monetarios representa una sustancia económica. Esto se debe probablemente al precio y cantidad que se obtiene, dado que, se entiende que es más accesible comprar una bebida tamaño familiar, por que se consume más a un menor costo; sin embargo, de igual manera los riesgos se incrementan afectando tanto a hombres como a mujeres.

En el aspecto social, graves consecuencias se derivan del uso de alcohol, estudios reportan problemas relacionados en áreas laborales y escolares. Dentro de las consecuencias no deseables se presentan problemas

relacionados con ausencias laborales y/o escolares, ocasionando en algunos casos despidos y bajas, respectivamente. La ingesta en exceso incide en el desempeño y puede llegar al grado de incapacitar al usuario, como es el caso de la dependencia al alcohol.

De esta manera el día que se presenta la ingesta resulta un factor que describe la dinámica de consumo, puesto que el momento de la ocasión de consumo puede afectar áreas relacionadas con su vida laboral y/o escolar.

Día y Momento

De esta manera surge la interrogante, ¿cuándo beben las mujeres estudiantes? La variable que nos responde a la interrogante, es la denominada: día y momento del consumo. El día se entiende como el momento cronológico, correspondiendo a los siete días de la semana; y el momento, como el periodo en que se suscita el consumo durante un día. De esta manera no presenta mayor problema el aspecto de los días y lo que respecta al momento, se diferencia por la siguiente clasificación: mañana, antes de las 12 PM; tarde, entre las 1 PM y las 6 PM y la noche, que corresponde después de las 6 PM.

De acuerdo con la definición anterior tenemos que el día de mayor consumo reportado a través de la observación y entrevistas, corresponde de manera contundente al día viernes, seguido por el jueves; aunque este se encuentra aun lejos. Esta situación se presentó en escenarios internos como externos de la institución en estudio y para corroborar este dato se considera lo siguiente:

"bueno, pues es que todos los días hay no, pero por ejemplo el viernes es el día que están todos los bares saturados, todas las áreas verdes también están llenas, o sea, sobre todo el viernes." (Nota de entrevista).

Y de manera similar, el momento de mayor consumo que tuvo mayor presencia fue por la tarde noche;

"Por los comentario que hacían una de las chavas se podría decir que el

viernes por la tarde-noche (16 a 20 hrs.) es cuando el lugar se encuentra a su máxima capacidad. " (Nota de observador).

La contundencia para de ambos casos fue evidente, tanto del día como del momento; sin embargo se reportó que el consumo se presenta a partir del medio día y puede terminar en las primeras horas del día siguiente.

Para el caso de esta variable, se derivan consecuencias negativas, como ocupar días laborales y/o escolares, decremento en el desempeño de las actividades del día siguiente o bien daños en la salud como resacas o cansancio. También esta el riesgo de transitar en altas horas de la noche en estado de intoxicación; y aunque los resultados son generales, las mujeres representan un blanco vulnerable de la violencia y abuso sexual (FISAC, 2008 y Mora-Ríos, Natera y Juárez, 2005). El precio de la diversión que procura la noche, puede convertirse en una situación adversa para los consumidores de ambos sexos.

Durante el consumo de sustancias con alcohol se realizan toda una serie de conductas, dentro de las cuales se muestran la desinhibición, la euforia, la diversión y un nivel de sociabilidad considerable; sin embargo en estudios epidemiológicos recientes se reportan niveles de consumo que tienden al exceso, y como consecuencia se presentan situaciones que van desde una simple discusión, el abuso sexual, la violencia, problemas con la autoridad y la muerte.

Los datos epidemiológicos están presentes, como lo son las enfermedades crónicas, el crimen y los problemas derivados del abuso, pero aun no se tiene información suficiente que de cuenta o haga referencia a los eventos que anteceden a estas consecuencias. Se considera, que son diversas las conductas que se presentan durante una ocasión de consumo, así como las actividades y/o prácticas que realizan los usuarios durante dicho consumo.

En este sentido, el consumo de alcohol no implica necesariamente consecuencias negativas, o por lo menos no son las deseadas por los usuarios.

Por lo tanto, se hace énfasis al aspecto donde el consumo de alcohol presenta una función en las interacciones interpersonales y la manera en que estas conductas y/o prácticas conllevan al exceso y consecuencias adversas.

De esta manera surge otra pregunta, que concierne específicamente a las prácticas que realizan durante el consumo. Es claro que beben y en diversas formas, pero ¿qué más hacen?, ¿Qué hacen las mujeres estudiantes durante el consumo de alcohol?

Prácticas

Para dar cierre a la descripción de la dinámica de consumo de bebidas con alcohol surge la cuarta variable, que considera todas aquellas actividades, acciones y/o conductas, que mediante la observación se pueden apreciar y registrar, y que se manifiestan dentro del contexto propio de una ocasión de consumo. Se hace referencia específica a la variable denominada prácticas de consumo.

Es muy común en los jóvenes la búsqueda de momentos de relajación, distracción o bien de diversión, dando como resultando una amplia diversidad de prácticas, tanto individuales como de interacción social. Una ocasión de consumo se manifiesta en interacción con un grupo de amigos o bien de pares, donde se interactúa de manera constante; resultando así, toda una serie de prácticas que constituyen una dinámica y en este caso la de consumo de alcohol.

Bailar

En los resultados obtenidos se tiene que una de las prácticas más presentes durante el consumo, es la de bailar. La práctica de bailar, se observó de manera individual y en conjunto (regularmente en círculos). Esta práctica era realizada en parejas conformadas por: hombre- mujer o bien mujer-mujer; Como ejemplo tenemos:

"En los momentos en que la gente estaba bailando la 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 queda casi inmóviles. Dos mujeres o más le bailaban a un solo hombre; también se podían escuchar gritos como "hea hea", por parte de hombres y mujeres". (Nota de observador).

En esta práctica, las mujeres sobrepasaron a los varones, pues como se mencionó anteriormente las mujeres pueden bailar solas o bien entre ellas. Incluso se observó, que las mujeres realizaban bailes desinhibidos, sugestivos, mostrando así, sensualidad y coquetería; esta práctica no solo sirve como un medio de diversión o descontrol, si no también para atracción de una potencial pareja.

También se observó que los géneros musicales donde más se apreció esta práctica fueron: el reggaetón, la cumbia/salsa, norteñas; esto se debe quizás a que a los tintes sexuales y el ritmo eufórico que se maneja, como en el caso del reggaetón donde el contacto físico y el erotismo es explícito.

La diversión e interacción con el otro sexo se presenta durante el baile, incluso esta práctica es utilizada para conocer a otras personas, o bien con la intención directa de ligar o cortejar. El papel que juega el alcohol en esta práctica, radica en que funciona como un lubricante social, además de que sus efectos primarios, como la desinhibición ayudan a la interacción o bien a realizarla. (Medina-Mora, 1993).

Conversar

Conversar, es otra práctica muy marcada dentro de la dinámica. La conversación y/o plática tuvo una notable presencia en las observaciones realizadas; y los temas tratados eran diversos, como es de esperarse. Se reportan temas relacionados a la escuela, anécdotas de vida, "chismes", críticas, bromas, temas de sexualidad, idilios, entre otros.

Por ejemplo, en las entrevistas se obtuvo como respuesta, que una de las cosas que hacen durante el consumo es *"Platicar, estamos bromeando, algo así normal; dos que tres luego de repente sacan sus problemas y se ponen a llorar. Pero la mayoría de las veces es pues sólo platicar, platicar de todo, de todo"*. (Nota de entrevista)

De manera general, para hombres y mujeres, se observó de manera contundente, la realización de esta práctica, durante una ocasión de consumo. Durante la dinámica el flujo del diálogo es inevitable, sin embargo dentro de este contexto se enmarcaron situaciones que marcan la desinhibición y la relajación; ya que la conversación sobre anécdotas o sobre un día normal puede servir de desahogo o catarsis. Además, de que se crea o se fomenta la amistad, el sentido de afiliación, de identificación o bien la empatía, ya que los temas son de interés para los presentes y corresponde al periodo en que se vive. De esta manera, la conversación solventa las necesidades humanas como los son el compartir y la interacción social.

La interacción que se presenta durante el consumo no se limita a la convivencia con los amigos, si no que de estas interacciones, también se suscitan con otras personas; en este caso, se puede hablar de las prácticas de conocer gente y ligar. Ambos aspectos caracterizan a las jóvenes en esta etapa de la vida, ya que pasan a ser parte del mundo de los adultos (Raskin y Jackson 2005; Medina-Mora et al, 2001 y Moña-Ríos, y Natera, 2001).

Ambas prácticas se pueden mostrar a la par, ya que la situación se describe a continuación con la respuesta de un informante de un escenario muy concurrido;

"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 están haciendo ellas es bailando; y obviamente pues ya se acerca el hombre le dice: bailan. Ya si le late a la vieja a él y ella a él, vieja, lo que sea, este pues ya de repente los ves empatados

por allá no..." (Nota de entrevista).

Conocer gente y ligar

Esta practica no muestra gran presencia dentro de las observaciones, sin embargo se consideran debido a la relación que tiene con las prácticas que son las de bailar y conversar; y por tal se enmarcan dentro de una ocasión de consumo.

Para esta práctica se describen diferencias entre hombres y mujeres, debido a su estilo propio. Los hombres toman una parte activa (con excepciones), por ejemplo invitando a la dama a bailar y conversando, o bien invitándole una bebida; mientras que las mujeres en carácter pasivo, eligen (con sus excepciones); no sin antes mostrar sus dotes de bailarina y sus flirteos. En observaciones incluso se menciona que antes de bailar o tratar de hablarle a otra persona, primero necesitan tomarse una cerveza, para perder el miedo y en consecuencia darse confianza.

Para las prácticas de conocer gente y ligar, se observaron diferencias solo en cuanto a la forma o manera, ya que la conversación y la intención de ligar los ambos sexos lo muestran; sin embargo se consideran sus diferencias sólo en cuanto a recursos y conductas utilizadas, más no así en la intención de buscar la diversión y el placer.

Cantar y escuchar música

Continuando, con las prácticas realizadas para la interacción, dentro de un contexto general; se tiene otro par de prácticas que de igual manera, no tuvieron gran presencia; sin embargo, forman parte de la descripción de la dinámica de mujeres y hombres. Las prácticas son las de cantar y por inferencia escuchar música.

Como se menciona con antelación, son diversos los géneros e innumerables las canciones, sin embargo mediante una observación se describe que,

“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).

Ya sea de tristeza o alegría los actores cantan, acompañan las canciones que ponen en el escenario y las interpretan con gran sentimiento.

Por el motivo que fuese, lo importante es recalcar que ambas prácticas, sirven para la interacción y como un medio de expresión de diversos sentimientos, ideas o pensamientos; además de diversión y euforia al momento de la interpretación.

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 guarda una relación directa con algunos aspectos psicológicos. El malestar físico y el estado de humor son un ejemplo de esta relación entre mente y cuerpo (NIAAA, 2008: 1999; Berruecos, 2007; Martínez, 2006; Mariño, et al, 2005; Collins y McNair, 2003 y Medina-Mora, 2001a; 1999). 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 lo son las expresiones afectivas.

Expresiones afectivas y/o sexuales

Por lo que durante el trabajo de campo se observaron también prácticas donde el foco era la expresión afectiva y/o sexual. Las prácticas de expresiones afectivas y/o sexuales, que se entiende como todas aquellas prácticas observadas e interpretadas que se relacionen con un contacto o relación más íntima; como besos, abrazos, caricias y/o situaciones que se consideran de corte erótico donde el contacto físico esté presente. Para este apartado se

observaron situaciones como:

“notamos que conforme iban aumentando el número de cervezas, las situaciones se ponían más 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 más veces de la botella, parecía como si ambos estuvieran bebiendo a la par”. (Nota de observador).

Dentro de las relaciones interpersonales la pareja y los amigos desempeñan 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 manifiesta con amigos, sin mostrar diferencias entre mujeres y hombres.

El tinte sexual que se describe en el ejemplo citado, en cierto punto se considera difícil o aventurado definirlo de manera exacta; sin embargo 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.

El patrón de consumo reportado por la población joven, marca niveles elevados, por lo que este elemento también forma parte de la descripción de la dinámica de consumo. Es por ello, que las siguientes prácticas abordarían aquellas situaciones que desencadenan o que tiene como consecuencia el uso y/o abuso de alcohol.

Cooperación

Dentro de la dinámica se observó la práctica que consiste en la colecta o aportación implícita de una cantidad de dinero, cooperación como se denomina para este reporte. Para esta práctica, uno o dos actores piden o bien reúnen el dinero, con el fin de comprar y/o pagar lo que se consume. Se desconoce la cantidad precisa de la aportación o bien si es homogénea. Lo interesante de

esta práctica es la situación en la que se presenta, ya que se puede repetir varias veces en una sola ocasión de consumo, como se muestra en la cita:

“pues del, de la, de los compañeros, o sea si vas a ir al edén pues como no hay un lugar donde te venda alcohol pues vas al Superama o vas al Walt-Mart y entonces entre todos se organiza la famosa vaquera y este ya pones lo que puedas dar no, de 10 a 50-60 pesos”. (Nota de entrevista).

En diversos grupos se observó esta situación, por lo que no es exclusiva de alguno. Dicha práctica, se realiza al inicio, antes de consumir o bien después de consumir. Además, se puede presentar en todo tipo de escenario y es aplicable para cualquier bebida con alcohol.

De esta práctica se desprenden aspectos como el carácter colectivo, la afiliación y la participación dentro del grupo forman parte de ésta; y cabe señalar la situación activa de las mujeres que ejercen la práctica, sin mostrar sanciones por ello. De esta manera, las mujeres se integran de manera completa a la dinámica de consumo, realizando iguales o similares prácticas que los varones.

En relación con lo anterior, se observó que no sólo se comparte el gasto del alcohol a consumir, si no que también se comparte la sustancia. Entonces, se describe el siguiente ejemplo de compartir bebidas.

“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).

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. Para el caso de las mujeres, se observó que una cantidad considerable compartía su bebida, con una amiga, en la mayoría de

los casos, o bien con un amigo.

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 sólo, 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, et al, 2005; Urbano y Arostegi, 2004; Caraveo-Anduaga, et al, 2004 y Medina-Mora, et al, 2001).

También se observó durante el consumo una práctica, que tiene como intención la ingesta acelerada de alcohol, de cerveza específicamente. La práctica de golpear la botella, ya que de esta manera el líquido se agita y sale precipitado; lo siguiente es que el usuario beba la cantidad que más pueda; como se ejemplifica a continuación:

"Y en repetidas ocasiones cuando abrían una cerveza se la daban 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 líquido. Lo anterior lo realizaron tanto hombres como mujeres. (Nota de observador).

Aunque no es una regla explícita los actores realizan la práctica, incluso 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 bastante líquido.

No se observaron diferencias entre hombres y mujeres, además de que la práctica puede suscitarse, ya sea durante toda la ocasión de consumo o bien en algún momento. La consecuencia de esta práctica, se relaciona de manera directa con la una ingesta acelerada, puesto que en ocasiones pueden tomarse una cerveza de media en un solo trago, lo que implica el aumento en el nivel de consumo de las mujeres.

Juegos y/o concursos.

Durante la dinámica de consumo la diversión es el objetivo, además del consumo; por lo que no podía estar completa sin la competencia y/o juego involucrando de esta manera las habilidades y capacidades de los participantes. Esta práctica la denominaremos juegos y/o concursos.

Para describir esta actividad es necesario esclarecer la situación. Primero: durante una ocasión de consumo pueden estar presentes diversos juegos, como los juegos de mesa o azar, como la baraja, 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 puede ser un factor que determina la ingesta.

Con base en lo observado, 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.

La primera práctica, 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 cayó 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 tomó una de las cervézas 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. En la observación anterior solo se menciona a un grupo de mujeres, sin embargo, se puede presentar dentro de un grupo mixto, con resultados similares.

Esta práctica da cuenta de la clara participación de la mujer dentro de la cultura de consumo, incluso tomando un papel netamente activo. Los cambios socioculturales que enmarcaban a la mujer con una ingesta solitaria y oculta, para este caso no aplican ya que de manera abierta y en grupo, se presenta la ingesta.

Otra práctica que se presentó, se manifiesta con la invitación a los congregados en el escenario a ser partícipes del consumo, incluso se tiene como recompensa un premio, y como tal un ganador. Se tiene referencia de lo descrito en la siguiente observación:

"En entonces el Dj pasó algunas rolas y ellas se comenzaron a mover, había unas chicas que estaban totalmente inspiradas y se movían muy bien, también sus amigos las apoyaban con gritos y porras, el animador hacía lo suyo, recordaba la disponibilidad del alcohol en la barra y fomentaba la competencia entre las chicas recordándoles el fabuloso premio, ellas se esforzaban más y más para ganar el premio, de hecho una pareja de chicas comenzó a besarse, no toda la gente del público lo vio, el animador sí lo hizo y comenzó a pedir el apoyo a para ellas, una situación realmente extraña." (Nota de observador).

Dentro de estos concursos el baile es utilizado con fines de interacción e ingesta de alcohol entre los asistentes a un escenario de consumo; por lo que el concurso en si mismo da cuenta de integración del alcohol, incluso siendo el motor para la realización de ciertas prácticas.

El concurso anterior, es exclusivo de las mujeres y se participa de manera voluntaria. Dentro de esta práctica esta presente el descontrol al igual que el apoyo de los compañeros y amigos. El baile se presenta entonces, como una

forma más, que sirve como intermediaria del consumo. En este sentido, la dinámica de consumo se muestra flexible, pero el propósito sigue siendo el mismo, la diversión, la desinhibición, la euforia y la ingesta de alcohol (Arana, 1999).

En la cultura mexicana es común en los varones la ingesta agresiva, como el llamado "hidalgo". Esta práctica ha sido adoptada por las mujeres y aunque el nombre puede variar se entiende el objetivo de la práctica. De este modo para el reporte se llamará, "hidalgo" o "fondo", y se describe como un consumo rápido de una bebida; en este caso puede ser de cualquier tipo y cantidad, pero generalmente se trata de un trago estándar (Natera, et al 2002).

A continuación se describe una situación donde se suscita esta práctica,

"...después de que terminó la canción los chicos se sentaron y los demás brindaron con ellos, uno de ellos comenzó a gritar "FONDO, FONDO" todos tomaron sus bebidas, las levantaron y golpearon los envases, después comenzaron a beber las cervezas, tres de los chicos si terminaron de un solo trago la cerveza, las chicas sólo le dieron un trago y los otros dos chicos terminaron sus cervezas en dos tragos, esto ocurrió en menos de cinco minutos, después de que terminaron sus bebidas," (Nota de observador).

La realizan tanto hombres como mujeres y se presentó de manera colectiva o por un solo miembro del grupo. Cabe señalar, que el consumo puede variar de persona a persona, pero de cierto modo la regla es aceptada por los consumidores.

Incluso dentro de esta misma práctica surgen competencias o retos, de los cuales son participes hombres y mujeres. El reconocimiento social se muestra como un elemento importante dentro de la dinámica, ya que las burlas y ofensas se desencadenan cuando un participante no logra el objetivo, en contraste con los aplausos y porras para el ganador.

Las mujeres realizan esta práctica, en menor medida, sin embargo, esta

situación es una alerta ya que ésta es una práctica que manifiesta la imitación de los patrones de consumo de los varones, lo que implica una ingesta excesiva y nociva (Rivera, 2001).

Los escenarios de consumo están conformados por toda una serie de elementos que en sí mismo forma el contexto, o bien el ambiente. En este sentido se puede hablar de objetos presentes en una ocasión de consumo. Se considera para la descripción de la dinámica de consumo, sólo aquellos que estén presentes durante del consumo, sean la condición o tengan como propósito la ingesta.

En las observaciones se apreciaron objetos que dentro de sus propósitos adjudicados se encuentran el arte, la expresión o el entretenimiento; estos son objetos tales como guitarras, tambores, grabadoras, celulares o cámaras fotográficas. Quizás lo anterior no señale el consumo, *per se*, pero no cabe duda que están presentes en la dinámica de los jóvenes.

Por otro lado, los objetos siguientes si están destinados al consumo de alcohol, por ejemplo, para el primer objeto se tiene que;

"..me llamó 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)..

Tomar bebidas con alcohol con un embudo, pone de manifiesto una práctica más, desarrollada en el seno de una ocasión de consumo. La parafernalia que se utiliza para el consumo tuvo poca presencia, sin embargo, es necesario tomar como un dato importante este objeto, el embudo; ya que el consumo con su uso fue considerable.

Brindis

La práctica radica en beber de la manguera directamente, el embudo se alza a

una altura poco mayor de la cara del consumidor en turno; entonces otra persona vacía poco a poco, la bebida, cerveza como en el caso antes referido. Aunque esta práctica fue realizada por varones principalmente, no se descarta la posibilidad que las mujeres la realicen, implicando una situación espejo en cada uno de las consecuencias de del abuso de alcohol (Rivera, 2001).

Pero, una ocasión de consumo no puede estar completa sin los buenos deseos, sin el momento donde la fraternidad está a flor de piel, y que sin importar la distancia o forma, los consumidores toman parte. Para esta práctica no se necesitan motivos o una razón en especial, solo alguien que tome la palabra, haga un gesto o una señal; que se interpreta como el momento de decir "Salud".

El brindis, es una práctica representativa de la dinámica de consumo y su forma a pesar de tener gran flexibilidad, tiene como función o "propósito la ingesta de alcohol" (Heath, 2000).

El brindis lo realizan mujeres como hombres, incluso se consideran con tintes universales; como puede ser un gesto o un choque de copas. La concurrencia en la mayoría de los casos será el consumo. Puede tener complementos que lo hagan vistoso, poético y en algunos casos, exclusivo de un grupo como se ejemplifica un caso donde las mujeres la realizan;

"Dentro del grupo donde yo conviví las mujeres acostumbran un saludo con las cervezas, que consta de chocar la parte de arriba, luego la de abajo y así unas tres veces, y al final frotan el centro del envase, todo esto mientras dicen: brindo por ellos, por las mamás de ellos, que los hicieron tan bellos para acostarnos con ellos, salud." Este saludo se puede dar en cualquier momento, pero casi siempre es solo entre dos personas." (Nota de entrevista).

La realización de esta práctica en las mujeres muestra una tendencia al consumo, o a la ingesta en exceso. La influencia de los amigos o compañeros es notoria, ya que se hacen implícitas situaciones donde el consumo es necesario para la convivencia.

"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).

Dentro de la cultura mexicana esta situación se puede considerar como una práctica entre amigos y familiares; sin embargo se observó 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).

La práctica anterior, que tiene como foco el consumo, las mujeres la presenta con sus variantes, sin embargo, es muy general y no hay diferencias en cuanto a edad o estrato social. En este sentido se puede introducir un concepto bastante interesante, que es reconocido y expresado por usuarios; además de que fue una mujer quien lo refiere. El concepto es el de pre-copeo, más allá del claro prefijo, este concepto o práctica se describe como, beber antes de ir a beber.

"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 persona, 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 más 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 entrevista).

En esta práctica se describe la situación económica de los estudiantes, además de mostrar el contexto en que se inserta. Para el pre-copeo se reportó que se acude a un área informal, como las áreas verdes, o algún otro escenario no

destinado para el consumo y que las sustancias se consiguen en establecimientos cercanos a la entidad y con precios menores a los que manejan los bares aledaños.

Los resultados indican que las mujeres estudiantes asisten a escenarios de consumo internos y externos a la institución. Las mujeres en los escenarios realizaron prácticas como: brindar, bailar, cantar, conversar, ligar y jugar. En lo que respecta al consumo se observó que se realiza con mayor frecuencia los días jueves y marcadamente los viernes, por la tarde-noche. La bebida de mayor preferencia para esta población fue cerveza en presentación caguamón y el nivel de consumo corresponde al moderado, sin embargo, apunta al exceso

Las expectativas y creencias acerca de un fenómeno pueden indicar la probabilidad de que una persona consuma o bien tienda a un uso excesivo. En este caso, se puede decir, que si la percepción de consumo de alcohol por parte de las mujeres se caracteriza por la permisividad y con consecuencias positivas o al menos no se esperan daños, se tendrá como resultado, el aumento en la ingesta y de mujeres que se integren a la cultura de consumo de alcohol.

8. DISCUSIÓN, SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Las mujeres en las últimas décadas han integrado en sus hábitos el consumo de bebidas con alcohol (Ortiz, et al 2006; Lara y Salgado de Snyder, 2002; Natera, et al, 2002 y FISAC, 1999,), por lo que las condiciones de consumo en secreto, en solitario y la estigmatización (Ramos de Viesca, 2001; Mariño et al, 2005; Berruecos 2007; Gómez, 2008; Ortiz, et al 2006; Wilsnack y Wilsnack, 2003; Urbano y Arostegi, 2004 y Arana, 1999) en la actualidad parecen haber desaparecido o al menos la percepción es diferente; ya que ahora es común encontrar grupos de mujeres o un mayor número de ellas en escenarios de consumo, cómo se observa en los resultados obtenidos.

Los factores que han influido para que esta situación se esté suscitando no son claros, o al menos a simple vista, ya que la situación actual apunta a cambios relacionados con el género. La introducción de la mujer en la vida laboral y educativa de nivel superior, señalan un cambio social encaminado a la equidad, sin embargo estos cambios también se encaminan a problemas de adicciones.

En estudios epidemiológicos recientes realizados en estudiantes, población joven y en mujeres se ha reportado un incremento en la ingesta y en el número de usuarios que consumen alcohol (Fleiz et al, 2007; Medina-Mora, et al 2001; Caraveo-Anduaga, Colmenares-Bermúdez, y Saldívar-Hernández, 2004; Villatoro, et al, 2005 y Rojas-Guío, et al, 1999). En los resultados se encontraron situaciones que corresponde con la epidemiología y que dan cuenta de la problemática; como se observó en el caso de la cantidad de mujeres que están dentro de una ocasión de consumo; que se asemeja en proporción a la de los varones.

Tanto la cantidad como la presencia de mujeres en escenarios donde se suscita el consumo, dan cuenta de que las mujeres jóvenes, de nivel superior, no presentan un rol tradicional donde es rechazado el consumo o que se considere como regla la abstinencia, como se reportó en décadas anteriores (Mariño et al, 2005 y Ramos de Viesca, 2001).

Se sugiere que la mujer ha traspasado una barrera social que delimitaba su comportamiento, ya que el rol asignado por la cultura la sujetaba a la pasividad. Es contundente la introducción de las mujeres a la cultura de consumo, sin embargo resulta interesante conocer y analizar su situación; y esclarecer si realmente se está viviendo un cambio social encaminado a la equidad o es el resultado de una situación socio-económica en donde la expectativa de una mejor vida se ve frustrada por la problemática económica, la violencia y la discriminación que hoy está muy presente en México.

Es por ello, que los motivos o factores que generan esta situación son múltiples y se pueden orientar desde perspectivas socioeconómicas, políticas y/o culturales. Se desconoce en que medida factores específicos como la pobreza, la desinformación, la disponibilidad, las expectativas, la herencia o bien el gusto de hacerlo, determina el consumo o abuso de las sustancias; la empresa no es fácil, ya que culturas muy diferentes a la de México presentan el mismo problema, siendo el consumo de alcohol un problema de salud a nivel mundial.

En las condiciones en las que se encuentran los hombres y las mujeres que consumen se pueden encontrar varias similitudes, sin embargo, ellas no sólo se han integrado a la cultura de consumo, si no que han adoptado una dinámica propia diferenciándose sutilmente de los varones. Los resultados muestran como ejemplo de la distinción: las frases enunciadas por ellas para el brindis, la marcada práctica del baile y el nivel de consumo ubicado aun dentro del nivel moderado.

El fenómeno es complicado por antonomasia, y la información que proporcionan los estudios epidemiológicos es valiosa, sin embargo, también se debe de contar con otra perspectiva o enfoque que aborde el problema. De esta forma la etnografía, la observación no participante, se muestra como una opción viable que permite observar el fenómeno en el lugar donde se suscita y ser descrito por los actores que lo experimentan.

En este sentido la descripción del fenómeno parte de la dinámica construida por las mujeres; por lo que las posibles causas para que se suscite éste

incremento o ingesta en exceso subyacen en la dinámica de consumo. Aunque, no se debe de perder de vista la importación de los patrones culturales y la percepción que se tiene del consumo dentro de la sociedad mexicana.

El alcohol se inserta en cultura y se le asigna al uso una función determinada, como el caso de algunos ritos religiosos, festejos o reuniones sociales (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007; Pérez, 2000 y Medina-Mora, 1993); sin embargo, esta práctica ha llegado al punto de ser una actividad cotidiana y normal, generando un entorno húmedo para las nuevas generaciones e incluso la inserción de nuevos sectores de la población, como es el caso de las mujeres jóvenes.

Las expectativas y creencias que se tienen sobre el consumo de alcohol en el país, muestra una considerable permisividad e incluso se puede decir que demarcan un ambiente en donde es difícil tener nulo contacto con bebidas embriagantes. En este sentido, la información sobre las normas o pautas conductuales son ambiguas ya que por un lado, la sociedad demarca una actitud de aprobación cuando se consume en fiestas o reuniones sociales y por el otro, es la misma sociedad quien discrimina y rechaza a los usuarios que han sobrepasado los "límites establecidos de consumo". Situación a la que está sujeta principalmente la población constituida por mujeres.

A pesar de que se informa sobre la estigmatización, discriminación y rechazo a las mujeres que consumen, los estudiantes de nivel superior, los fines de semana por la tarde noche y en compañía de los amigos les resulta un buen momento para el consumo de bebidas con alcohol. La curiosidad, la diversión, el relajamiento y la convivencia; así como la imitación o escape de las presiones y problemas de la vida misma, son motivos y justificaciones que se interrelacionan y dan como consecuencia la ingesta de bebidas con alcohol.

Resulta difícil pensar que los motivos y/o justificaciones se orienten hacia conductas punitivas, por lo que se debe de tomar en cuenta que no sólo son causa de la ingesta excesiva de alcohol consecuencias negativas inmediatas.

En este sentido, se debe de considerar que los beneficios sociales como el reconocimiento o el estatus y la diversión pueden ser más caros de lo que se espera.

En toda reunión o evento social el alcohol funge como un lubricante entre las relaciones interpersonales (FISAC, 2008; Lara y Salgado de Snyder, 2002 y Berenzon y Carreño, 1996). Se observó de manera contundente que el consumo estaba presente cuando las jóvenes realizaban prácticas de interacción social como bailar, conversar o bien en otras donde se busca el placer y momentos agradables con el otro sexo, como el lígúe o en las expresiones afectivas. En esta etapa de la vida, se inserta una transición importante, ya que de ahora en adelante será vista como una persona adulta y la condición de juventud será cambiada por la madurez de la edad; se sugiere que por lo anterior y por varias razones más, que las prácticas realizadas durante el consumo de los jóvenes den cuenta de la diversión y euforia sin límites y de irresponsabilidades. Las actitudes y conductas durante una ocasión de consumo se ven libres de presiones y del estrés diario, resultado del ritmo de vida.

Dentro de las prácticas realizadas, el descontrol y las emociones se entre mezclaban, o al menos se puede inferir con base en las notas de campo, la diversión y/o clímax de la ocasión de consumo eran resultado de la despreocupación de lo que se hacía y de cómo se hacía. Entonces, si bien el alcohol como síntomas iniciales presenta la desinhibición, el relajamiento y euforia (Rivera, 2001; Jiménez, Valadez y Berruecos, 2007; Arana, 1999), resulta bastante atractivo para los jóvenes buscar ocasiones donde el alcohol esté presente.

Entonces, la interacción y búsqueda de diversión con el grupo de amigos o con los asistentes de lugar resultó evidente; sin embargo, se presentaron prácticas que inciden en la cantidad que se ingiere y como se ingiere.

La situación socioeconómica de la población estudiantil se ve reflejada y la organización cumple una importante función, ya que tanto hombres como

mujeres reparten el gasto de las bebidas y de esa forma pueden acceder a ellas. La cooperación o situación colectiva va más allá de lo económico, ya que solo se presenta entre el grupo de amigos; en este sentido, se puede aludir al carácter de identificación y de afiliación entre los jóvenes.

De esta forma, toma relevancia dentro de la dinámica la práctica llamada de cooperación, debido a que se relaciona con la adquisición de las sustancias; ya que con una mínima cantidad de dinero se puede tener acceso a una gran cantidad de alcohol. Sin embargo, mientras se incrementa la cantidad de bebidas, el consumo también presentará la misma tendencia.

Para este informe es relevante la cerveza, debido a que se caracterizó por ser una sustancia que cumple con la demanda, ya que contiene una considerable cantidad de líquido por un precio "accesible"; se hace referencia específica a la caguama y caguamón, bebidas en presentación familiar de un litro y que incluso lo exceden. La cerveza, además de ser la bebida más consumida en el país, resultó la de mayor presencia entre los jóvenes estudiantes.

También las formas de divertirse de los jóvenes resulta una práctica de riesgo, por lo que se puede hacer el contraste entre el consumo de los jóvenes y de adultos mayores de 30 años (Jiménez, Valadez y Bañuelos, 2007). Para los primeros el centro de una reunión es el consumo en exceso. Un ejemplo de esta diferencia es el concepto de pre-copeo que manifiesta el consumo antes del consumo. Para este caso la expectativa que se relaciona con el nivel de consumo puede que resulte un tanto flexible, ya que se consume antes de ir a consumir. A esta situación subyace el aspecto económico ya que se hace énfasis en que se consume en un espacio "informal" y la compra se realiza donde es más "accesible" o "barata" como una tienda.

De la misma forma, prácticas que conllevan al exceso resultan de concursos de baile, de pasar un cigarro o cualquier otro tipo de juego y/o concurso, la finalidad es el consumo agresivo. Ya sea por estar a tono con la fiesta, tomar a la par con los amigos, el resultado es la intoxicación. Como ejemplo de dichas

prácticas, se presentó en las mujeres el tradicional "hidalgo" o "fondo"; incluso a esta práctica se le agrega el golpeteo de la cerveza, con el mismo objetivo.

En contraste con los varones este tipo de prácticas eran más comunes, sin embargo grupos de mujeres las adoptaba sin ningún problema, mostrando de esta manera un patrón de consumo similar, grandes cantidades de alcohol con poca frecuencia (Arana, 1999 y Villatoro et al, 2005). De esta forma, en algunos casos se indica el derrocamiento de una ingesta moderada. (Gómez, 2008; Mariño, et al 2005; Urbano y Arostegi, 2004; Caraveo-Anduaga, et al 2004 y Medina-Mora, et al, 2001). El contexto en que se suscitan este tipo de prácticas, bajo el análisis resulta complicado, ya que si bien la presión que ejercen los amigos es notoria, la necesidad de sentirse aceptado por el grupo y el reconocimiento, se entremezclan para que finalmente se tome la decisión de hacer toda una serie de prácticas, que no sólo conlleven al consumo, si no al exceso.

En lo que respecta a la práctica del brindis, también éste se considera como una práctica que lleva al exceso ya que se puede presentar cada 5 minutos. En esta práctica los amigos no dejan de presionar para que se realice e incluso surgen combinaciones con otras prácticas que de igual forma conducen al exceso, o a un consumo mayor a siete copas en un tiempo relativamente corto. Dentro de la cultura mexicana el tomar más que todos se muestra como un elemento presente y que influye de manera sutil en los jóvenes; o bien el tomar la misma cantidad y la misma sustancias que amigos; sin embargo más allá de la empatía y aceptación del grupo, el resultado es el exceso y por tal la embriaguez.

En el caso específico de las mujeres, el consumo promedio por ocasión era de 4 tragos, nivel moderado, con tendencias al exceso (Gómez, 2008; Mariño, et al, 2005; Urbano y Arostegi, 2004; Caraveo-Anduaga, et al, 2004 y Medina-Mora, et al, 2001); con base al criterio de la OMS se ubican ya en una situación de riesgo, ya que no se debe de consumir más de 3 tragos debido a su correlación con problemas de salud severos como la dependencia o incluso la muerte (Alarcón, Mazzotti y Nicolli, 2005 y Berruecos, 2005; 2007).

En este sentido, el nivel de consumo resulta un especial riesgo para la población constituida por mujeres; esto es debido a condiciones físicas y psicológicas y sociales, por lo que se les denota como individuos "vulnerables" ante las consecuencias negativas del consumo, los ejemplos son varios, como cáncer de mama, depresión e incluso la tolerancia al alcohol es menor (Medina-Mora, 2001 y NIAAA, 1999).

Con la ingesta de alcohol no siempre se obtiene la diversión o lo deseado, ya que las consecuencias al realizar prácticas que conllevan al consumo excesivo, representan un impacto grave en la salud; incluso mayor al de los varones, y se le añade el riesgo de ser víctimas de abuso o acoso sexual cuando se presenta el estado de embriaguez.

Por las razones anteriores, es necesario diseñar programas específicos para la población joven, y en este caso de mujeres jóvenes. El consumo de ellas en varios aspectos resulta similar o igual al de los varones; sin embargo, las necesidades y condiciones de las mujeres requiere de una especial atención.

Se requiere de programas diseñados exclusivamente para mujeres, ya que con los que se cuenta están diseñados para la población masculina. Cabe señalar, que el problema ahora es también de las mujeres pero no como amiga, madre, esposa o hija de un varón que consume, si no que ahora como usuaria de la sustancia. Incluso, se considera que con la intención de buscar la igualdad de género, se presente la ley del péndulo en donde las mujeres exageren las prácticas que conlleven al exceso y por lo tanto de riesgo para su salud.

Con base en los recientes estudios epidemiológicos y los resultados obtenidos en el presente reporte, resulta una necesidad, implementar programas encaminados al diagnóstico y prevención de conductas adictivas. En este sentido, orientar los esfuerzos con perspectivas de corte cualitativo, que aporte información que describa el fenómeno desde los escenarios y con la población que lo experimenta. Y en este sentido, tomar especial atención a poblaciones

vulnerables. Además, fomentar la investigación de fenómenos o problemas que afecta la salud física y psicológica de la población; teniendo un contacto directo con los actores e implementando diseños acordes a sus necesidades.

En lo que respecta al programa de titulación por informe profesional de servicio social, se necesita implementar un formato o guía de procedimiento, dentro del cual se delimiten y especifiquen de manera clara los aspectos a tratar. Con el objetivo de esclarecer el alcance y características del informe. En este sentido, especificar los tiempos y circunstancias que den cuenta de una adecuada realización.

De igual forma, diseñar y fomentar esta forma de titulación, especificando desde un inicio las características y lineamientos básicos; así como líneas de investigación o tópicos de interés y relevancia para estudiantes de psicología. Como apoyo la utilización de medios electrónicos, folletos o manuales impresos, así como carteles informativos para la divulgación. De esta forma los estudiantes de los últimos semestres estarán informados no solo sobre la existencia de esta forma de titulación, si no también de los profesores que colaboran, y los temas y/o programas que se encuentran vigentes.

Se sugiere que durante la estancia en el programa se fomente la divulgación de los trabajos, de tal manera que la población general, se pueda informar sobre los que se está realizando en este programa, así como los resultados obtenidos, o bien sobre la experiencia con la población en estudio.

Para el caso específico del proyecto de "Cultura de consumo de sustancias en un entorno universitario", se sugiere la implementación de seminarios regulares, dentro de los cuales se discutan las teorías y enfoques del fenómeno abordado.

También se debe de considerar el número de estudiantes que participen, con el objetivo de proporcionar el apoyo necesario en cuanto a dudas, retroalimentación o situaciones similares.

De manera general se considera una opción viable y sustentable de titulación, resulta evidente que es una nueva forma, es por ello que se deben de tomar todas las consideraciones y situaciones que se presenten; no dejando a un lado las que parezcan obvias o sencillas. Contando con una base sólida, clara y congruente se podrán desarrollar profesionales con una formación adecuada, competentes y comprometidos con la población en general, o alguna en específico.

9. CONCLUSIÓN

Las mujeres jóvenes estudiantes se han integrado en la cultura de consumo de sustancias, y de manera específica el consumo de alcohol. Este hábito resulta para ellas una práctica normal y común entre el grupo de amigas o amigos. De esta forma la percepción restrictiva hacia el consumo se ve modificada por estas nuevas generaciones que se desarrollan en un ambiente cada vez más húmedo.

La dinámica de consumo de las mujeres es descrita por el alto nivel de consumo, que se realiza los fines de semana por la tarde noche en compañía de amigos o bien de pares. La interacción social se presentó en conjunción con el lubricante social por excelencia, la cerveza en este caso; resultando el consumo un hábito atractivo para los jóvenes que buscan el relajamiento, el descontrol y sobre todo la diversión.

Además se identificaron prácticas como el "hidalgo", el brindis y varios juegos y/o concursos que tienen como objetivo el consumo agresivo. De esta forma, se describe la dinámica de consumo e identifican sus elementos desde una perspectiva etnográfica. Se apunta entonces, hacia a un diagnóstico contextual del fenómeno para la búsqueda de modelos de prevención y tratamiento, adecuados para esta población, ya que presenta características propias en su consumo.

Se sugiere entonces, fomentar la investigación con métodos alternativos que se enfoquen de manera específica a la población universitaria y de esta

manera diseñar programas de prevención y tratamiento sustentables y acordes al momento socio-histórico que se vive. De la misma forma hacer del conocimiento de la comunidad estudiantil los programas y proyectos relacionados a las conductas adictivas.

10. REFERENCIAS

- Alarcón, R; Mazzotti, G y Nicolini, H, 2005. *Abuso y dependencia de sustancias psicoactivas*. Manual Moderno (Comp). En *Psiquiatría* 2da Edición. (299-318). Washington, DC. Manual Moderno.
- Arana, J. (1999). *Conductas del joven ante el alcohol*. FISAC. Extraído el 25 de marzo 2008 de http://www.alcoholinformate.org.mx/centro_informacion.cfm?mostrarfolio=6375.
- Berenzon, S. y Carreño, S. (1996). El uso de alcohol entre la población estudiantil de nivel secundaria y bachillerato en el distrito federal. *La Psicología Social en México*, Vol. (VI): 554-560.
- Berruecos, L. (2003, agosto 5). *La mujer consumidora de alcohol y su papel mediador en la familia*. FISAC. Extraído el 11 de enero de 2008, de http://www.alcoholinformate.org.mx/centro_informacion.cfm?mostrarfolio6973Yconcepto=BERRUECOS,VILLALOBOS.
- Berruecos, L. (2005a, septiembre 18). *La investigación sobre el consumo de alcohol entre la población indígena de México*. FISAC. Extraído el 6 de noviembre de 2007, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?id=127>.
- Berruecos, L. (2005b, septiembre 25). *Las mujeres bebedoras*. FISAC. Extraído el 11 de enero de 2008, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?id=128>.
- Berruecos, L. (2007, noviembre 6). *Panorámica actual de la investigación social y cultural sobre el consumo del alcohol y el alcoholismo en México*. FISAC. Extraído el 6 de noviembre de 2007, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?=167>.
- Caraveo-Anduaga, J., Colmenares-Bermúdez, E. y Saldívar-Hernández, G. (2004, marzo 21). *Diferencias por género en el consumo de alcohol en la Ciudad de México*. FISAC. Extraído el 6 de noviembre de 2007, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?id=50>.
- Castro, M. y De los Ángeles, M. (1987). El consumo de alcohol en la población estudiantil. *Salud mental* V. 10 No. (4): 52-58.

- CISA (2007, 25 de Octubre). *Alcohol y sistema nervioso central*. Centro de Informaciones sobre Salud y Alcohol. Extraído el 25 de octubre de 2007, <http://www.cisa.org.br/categoria.html?FhldCategoria=e92f9cb15108baf5e49e05bce8503cb1>.
- Collins, R. & McNair, L. (2003). *Minority Women and Alcohol Use*. NIAAA. Extraído el 6 de noviembre de 2007, de <http://pubs.niaaa.gov/publications/Arh26-4/251-256.htm>.
- CONADIC (2004). *Encuesta nacional de adicciones 2002*. Consejo Nacional Contra las Adicciones. Extraído el 27 de noviembre de 2007, de http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/publicaciones/ena2002_2.pdf.
- FISAC. (1999). *La mujer en la cultura de consumo de bebidas con alcohol, riesgos y beneficios*. FISAC. Vol. 1 Num. 003.
- FISAC. (2008, Marzo 25) *Una mirada sociológica al alcoholismo como problema social*. FISAC. Extraído el 25 de marzo de 2008, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?id=110>.
- Fleiz, C., Borges, G., Rojas, E., Benjet, C. y Medina-Mora, M.E. (2007). Uso de alcohol, tabaco y drogas en población mexicana, un estudio de cohortes. *Salud Mental*. Vol. 30, No. (5): 63-73.
- Gaitán, L., Calderón, L., Martínez, M., Zamudio, M., Donahué, A., Villegas, J., Corona, A., Pontigo, A., Larrondo, M., Wilbert, J., Patiño, M y Pérez, N. (2004) Patrones de ingesta de bebidas alcohólicas entre estudiantes de odontología. *Salud Pública de México*. Vol. 46(4).
- Gómez, J. (2008, marzo 25). *El alcoholismo femenino, una verdad oculta*. FISAC. Extraído el 25 de marzo de 2008, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?investigacion=201>.
- Hammersley, M y Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona, España. Paidós.
- Heath, D. (2000). *Drinking occasions: comparative perspectives on alcohol and culture*. Providence, USA. Brunner/Mazzel.
- Herrera-Vázquez, M., Wagner, F., Velasco-Mondragón, E., Borges, G. y Lazcano-Ponce, E. (2004). Inicio en el consumo de alcohol y tabaco y transición a otras drogas en estudiantes de Morelos, México. *Salud Pública Méx*. Vol. 46(2):132-140, Extraído el 27 de mayo de 2008, de <http://bvs.insp.mx/rsp/articulos/articulo.php?id=000054>.

- Jiménez, S., Valadez, I. y Bañuelos, J. (2007, Noviembre 10). *Consumo de alcohol en adolescentes de una secundaria de Guadalajara: investigación-participativa*. FISAC. Extraído el 10 de noviembre de 2007, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?id=216>.
- Lara, M. y Salgado de Snyder, V. (2002). *Cálmese, son sus nervios, tómese un tecito...* Pax México (Comp). México.
- López-Jiménez, J. (1998). Patrón de consumo de alcohol en pacientes captados en salas de urgencias. *Salud Pública de México*. Vol. 40(6).
- Mariño, M., Berenzon, S. y Medina-Mora, M.E. (2005). Síndrome de dependencia de alcohol. Comparación entre hombres y mujeres. *Salud mental*. Vol. 28, No. (3):33-39.
- Martínez, A. (2006). *Alcoholismo femenino, problemática social*. FISAC. Extraído el 6 de noviembre de 2007, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/investigaciones.cfm?id=169>.
- Más, C., Varela, C. y Manrique, A. (1989). Impacto de la "hora feliz" en cinco bares de México, D.F. *Salud mental* V.12 No. (2): 31-34.
- Medina-Mora, M.E. (2001a). Women and alcohol in developing countries. *Salud Mental*. Vol. 24, No. (2):3-10.
- Medina-Mora, M. E. (2001b). *El consumo de alcohol: estimaciones basadas en el autorreporte y comparaciones internacionales*. FISAC.1. Extraído el 27 de mayo de 2008, de <http://www.alcoholinformate.or.mx/seminarios/cuaDerno11.pdf>.
- Medina-Mora, M., 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. *Salud Mental*. Vol. 24, No. (4): 3-19.
- Medina-Mora, M. E. (1999) *Las mujeres y el abuso en el consumo de bebidas con alcohol en México*. En FISAC. La mujer en la cultura de consumo de bebidas con alcohol, riesgos y beneficios. FISAC. 1 Vol. 1 Num. 003.
- Medina-Mora, M. E. (1993). *Diferencias por género en las prácticas de consumo de alcohol*. Tesis de doctorado. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Montemurro, B. (2003). Sex symbols: the bachelorette party as a window to change in women's sexual expression. *Sexuality Y Culture*. 3-28.

- Mora-Ríos, J., Natera, G. y Juárez, F. (2005). Expectativas relacionadas con el alcohol en la predicción del abuso en el consumo en jóvenes. *Salud Mental*. Vol. 28, No. (2): 82-90.
- Mora-Ríos, J. y Natera, G. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México. *Salud Pública de México*. Vol.43, No.2. Extraído el 10 de Noviembre de 2007, de http://bvs.insp.mx/rsp/_files/File/2001/VOL%2043%202/v43_2expectativas.pdf.
- Natera, G., Mora, J. y Tiburcio, M. (2002). *Experiencia de las mujeres frente al abuso de alcohol y drogas de sus familiares*. En Lara M y Snyder, V. *Cálmese, son sus nervios, tómese un tecito...* (comp). México. ED. Pax México. 105-129.
- Natera, G., Tenorio, R., Figueroa, E. y Ruiz, G. (2002). Espacio urbano, la vida cotidiana y las adicciones: un estudio etnográfico sobre alcoholismo en el centro histórico de la ciudad de México. *Salud Mental*. Vol. 25, No. 4.
- NIAAA (2008, 2 de Junio). *Alcohol: un tema de salud de la mujer*. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. Extraído el 2 de junio de 2008, <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/WomenSpanish/women.htm#problem>
- NIAAA (1999). *Are Women More Vulnerable to Alcohol's Effects?*. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. Extraído el 2 de junio de 2008, de <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/aa46.htm>.
- Ortiz, A., Soriano, A., Meza, D., Martínez, R. y Galván, J. (2006). Uso de sustancias entre hombres y mujeres, semejanzas y diferencias. Resultados del sistema de reporte de información en drogas. *Salud Mental*. Vol. 29, No. 5.
- Paz, O. (1986). *El laberinto de la soledad*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Pérez, R. (2000). Fiesta as tradition, fiesta as change: ritual, alcohol and violence in a Mexican community. *Addiction*. Num. 95(3): 365-373.
- Ramos de Viesca, M. (2001). La mujer y el alcoholismo en México en el siglo XIX. *Salud Mental*. Vol. 24, No. (3): 24-28.
- Raskin, H. & Jackson, K. (2005). Social and Psychological Influences on Emerging Adult Drinking Behavior. *Alcohol Research Y Health*. Vol. 28, No. 4. Extraído el 6 de noviembre de 2007, de <http://pubs.niaaa.nih.gov/pu>

blications/arh284/182-190.htm.

- Rivera, I. (2001). *Hábitos y prácticas de consumo de alcohol de los jóvenes en bares y discotecas del país. Consumo de bebidas con alcohol en contextos juveniles: antros, bares y otros espacios*. FISAC. Vol. 1 Num. 009. PAG 35-46. Extraído el 25 de marzo de 2008, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/seminarios/Cuaderno9.pdf>.
- Rojas-Guiot, E., Fleiz-Bautista, C., Medina-Mora, M., De los Ángeles, M. y Domenech-Rodríguez, M. (1999). Consumo de alcohol y drogas en estudiantes de Pachuca, Hidalgo. *Salud Pública Méx.* 1999; Vol. 41(4):297-308. Extraído el 27 de Mayo de 2008, de <http://bvs.insp.mx/rsp/articulos/articulo.php?id=000698>.
- Romero, M., Rodríguez, E. y Campillo, C. (1999). Significados culturales de las adicciones en mujeres: de la disidencia a al búsqueda de trascendencia y sentido. *Salud Mental*. Num. Especial. 138-144.
- Rosovsky, H. (2001). *Relación entre tragos y riesgos: evidencias y recomendaciones*. FISAC. Vol. 1 Número 011. Extraído el 27 de Mayo de 2008, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/seminarios/Cuaderno11.pdf>.
- Szasz, I y Lerner, S. (1996). *Para comprender la subjetividad. Investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad*. México, D.F. Colegio de México.
- Thompson, J.B., (1993). *Ideología y Cultura Moderna*. México, D.F. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Toscano, M. (2001). *La barra más cara del mundo: una perspectiva desde la Asamblea Legislativa*. FISAC. Extraído el 27 de noviembre 2007, de <http://www.alcoholinformate.org.mx/seminarios/Cuáaderno9.pdf>.
- Urbano, A. y Arostegi, E. (2004). *La mujer drogodependiente: especificidad de género y factores asociados*. España. Universidad de Deusto Bilbao.
- 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.
- Villatoro, J., Hernández, I., Hernández, H., Fleiz, C. Blanco, J. y Medina-Mora, M.E. (2004). *Encuestas de Consumo de Drogas de Estudiantes III 1991-*

2003 SEP-INPRFM. Disco Compacto. SEP- INPRFM. México. ISBN - 968-7652-43-8.

Wilsnack, S. & Wilsnack, R. (2003). *International Gender and Alcohol Research: Recent Findings and Future Directions*. NIAAA. Extraído el 25 de octubre de 2007, de <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh26-4/245-250.htm>.

11. ANEXOS

ANEXO 1

**GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA
ELEGIR LOS ESCENARIOS**

La presente guía de observación, contiene los criterios y situaciones que deben ser considerados durante los recorridos exploratorios para determinar los escenarios donde se realizaran las observaciones.

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.

I Datos del observador

Nombre: _____ Edad _____ Sexo _____

Fecha _____ Hora de inicio _____ Hora final _____

II Datos del escenario

Tipo de escenario (bar, restaurante, expendio, explanada, cancha deportiva, estacionamiento, etc.)

Formal __ Informal __ Días y Horario en el cual funciona

a) Ubicación

b) Condiciones físicas del escenario

c) Condiciones de accesibilidad para los observadores

d) Condiciones de seguridad para los observadores

III Numero de actores participantes _____

Diversidad de actores (consumidores de alcohol, marihuana, solventes, no consumidores, integrantes de la comunidad universitaria, no universitarios, etc.)

Tipo de actores I

Tipo de actores II

Tipo de actores III

Tipo de actores IV

Tipo de actores V

Otros

IV Características de los actores participantes (sexo, edad aparente, ocupación aparente, vestimenta, etc.)

Tipo de actores I

Tipo de actores II

Tipo de actores III

Tipo de actores IV

Tipo de actores V

Otros

V Sustancias de consumo observadas (alcohol, tabaco, marihuana, cocaína, solventes, etc.)

1.

2.

3.

4.

5.

VI Conductas asociadas al consumo observadas (juegos, música, baile, conductas violentas, conductas sexuales, robos, accidentes, etc.)

1.

2.

3.

4.

5.

VII Duración de las actividades de consumo por ocasión

VIII Duración de las actividades asociadas al consumo _____

IX Frecuencia de las actividades de consumo y asociadas _____

X Posibles informante clave presentes o en los alrededores

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

XI Presencia de elementos de control ambiental (Vigilantes, Autoridades académicas, policía, avisos, cámaras de vigilancia, etc.).

XII Accesibilidad a la información a través de los consumidores de alcohol y/o drogas clave

XIII Información que considere relevante el observador y que no esta incluida en el formato _____

XIII Integrar un mapa del escenario que observó (este deberá dibujarlo el observador incluyendo datos y áreas que considere importantes).

XIV Registrar nuestra propia conducta, pensamientos, reacciones, emociones, etc. experimentadas durante cada observación. (Qué nos genera cada experiencia de observación y lo que ahí ocurre).



ANEXO 2

GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA

ESCENARIOS DE CONSUMO

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

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

Nivel Socioeconómico aparente

Vestimenta

D) Consumidores de tabaco

Cantidad

Sexo

Edad aparente

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 (Número de tragos, cigarrillos de marihuana, etc.)

6. Prácticas 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).

ANEXO 3

GUÍA DE ENTREVISTA PARA CONSUMIDORES DE ALCOHOL Y/O DROGAS

Primer contacto y presentación

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 más 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 más 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 más 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 referenciá la propuesta utilizada en la Tesis doctoral: La Medicina Tradicional Urbana como recurso alternativo para el tratamiento de problemás de salud mental, Berenzon, S. (2003). Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA CONSUMIDORES DE ALCOHOL Y/O DROGAS

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 (¿Dónde piensas que acostumbran beber los estudiantes? ¿Conoces algunos de estos lugares? ¿Qué piensas de esos lugares? ¿Regularmente a qué 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 (¿Dónde piensas que acostumbran consumir drogas los estudiantes? ¿Conoces algunos de estos lugares? ¿Qué piensas de esos lugares? ¿Regularmente a qué 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 más 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 Quién o quienes las venden (¿Quién piensas que vende el alcohol o las drogas en esos lugares?)

3.3 Tiempo (¿En qué momentos o cuando es más común que se beba o consuma drogas dentro y alrededor de tu escuela? ¿En qué momentos no es probable que los estudiantes consuman?)

3.4 Percepción acerca de los actores participantes en estos eventos de consumo (¿Qué piensas de la gente que va a esos lugares?)

3.5 Percepción de cuáles son los posibles motivos, causas y/o razones de que se presente el consumo dentro y en los alrededores de la comunidad (¿Por qué 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 Prácticas 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? ¿Platicame 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 más 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.