



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA

PSICOLOGÍA

FACTORES PSICOSOCIALES ASOCIADOS AL CONSUMO
DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DE LA FES ZARAGOZA

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

P R E S E N T A:

AXEL HERNÁNDEZ RAMÍREZ

JURADO DE EXAMEN

DIRECTOR : LIC. GERARDO REYES HERNANDEZ
COMITE : MTRA. MARGARITA VILLASEÑOR PONCE
LIC. JUANA ALEJANDRA VILLAGOMEZ RUIZ
MTRA. MARIA DE LOURDES JULIETA GARCÍA
PÉREZ
LIC.MARIO MANUEL AYALA GÓMEZ



MÉXICO D.F. NOVIEMBRE 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Índice

	Página
Resumen.	1
Introducción	2
Capítulo 1. Consumo de alcohol.	5
1.1 Definición.	5
1.2 Patrones de consumo.	6
1.3 Abuso y consumo de riesgo.	11
1.4 El consumo de alcohol en México.	19
1.5 Consumo de alcohol en jóvenes mexicanos.	22
Capítulo 2. Factores psicosociales asociados al consumo de alcohol en universitarios.	24
2.1 Consumo de alcohol en estudiantes universitarios.	24
2.2 Conductas de riesgo en estudiantes.	26
2.3 Factores psicosociales asociados al consumo.	31
Capítulo 3. Metodología.	46
3.1 Importancia del estudio.	48
3.2 Planteamiento del problema	47
3.3 Hipótesis de investigación	47
3.4 Objetivos Generales.	47
3.5 Variables de estudio.	47
3.6 Diseño del estudio.	49
3.7 Población y muestra	49
3.8 Criterio de inclusión y exclusión	49
3.9 Instrumentos	49
Capítulo 4 Análisis de resultados	53
Capítulo 5 Discusión y conclusiones	61
Referencias	73
Anexos	80

A mi familia, porque ustedes son el motor que me hace querer ser una mejor persona, esforzarme para alcanzar mis metas y para enfrentarme a las pruebas que la vida me ha brindado. Por su amor incondicional y por su apoyo a lo largo de mi vida, sin ustedes nada de esto habría sido posible.

Si de algo estoy seguro es que muchas de las cosas buenas que tengo como ser humano las aprendí de ustedes.

A mis profesores, gracias por su apoyo, sus comentarios y observaciones. Por acompañarme durante este proceso de mi formación profesional.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por proporcionarme un espacio para desenvolverme profesionalmente, por formar parte de mi identidad, por permitirme ser útil a la sociedad, por mostrarme otras formas de aprender y de pensar. A su personal docente y administrativo por el apoyo que me otorgaron para poder llevar a cabo este trabajo.

A mis amigos, gracias por compartir su tiempo y confianza conmigo. Por pasar buenos momentos conmigo, por su apoyo en momentos difíciles. Por permitirme compartir parte de lo que soy con ustedes y por la suerte de poder tener parte de ustedes conmigo pero sobre todo por aceptarme. Si encontré un hogar en la facultad fue gracias a ustedes.

RESUMEN

El **consumo** de **alcohol** en México ha aumentado en los últimos años. De acuerdo con Maldonado (2009) el consumo de alcohol en grandes cantidades es un problema que afecta al 26.6% de la población nacional.

Investigaciones como las de Camacho (2005), García, Lima, Aldana, Casanova y Feliciano (2004) abordan el problema desde un punto de vista social. Mientras que los estudios de Moysen, Garay, Esteban, Gurrola y Bálcazar (2012) y Tirado, Aguaded y Marin (2009) por mencionar solo algunos, contemplan el fenómeno desde la Psicología. Los estudios que visualizan el consumo de alcohol de manera global como el de Pons y Buelga (2011) son escasos y realizados en otros países que difieren con el contexto existente en nuestro país.

El **objetivo** del trabajo fue conocer cuáles son los factores psicosociales que intervienen en la decisión de beber en los universitarios así como conocer cuáles son sus hábitos de consumo. El diseño del estudio fue correlacional transversal.

El muestreo fue aleatorio estratificado y se empleó una muestra integrada por 358 estudiantes. 50% hombres y 50% mujeres provenientes de las seis carreras que se imparten en la FES Zaragoza.

El método para analizar los resultados fue por correlaciones bivariales con la intención de ver cómo es que las diversas categorías en las que se encontraban las variables se relacionaban con los hábitos de consumo.

Los **resultados** obtenidos mostraron que el 52.24% de los estudiantes FES Zaragoza practican patrones de consumo elevados tanto en frecuencia como en cantidades de bebidas que consumen por ocasión.

Se concluyó que el consumo de alcohol se da en un **contexto** primordialmente **social**.

INTRODUCCION

La juventud es una edad en la que se busca definir la identidad y obtener un sentido de pertenencia. Dentro de este proceso es común que el individuo tenga tendencia a buscar personas con las que compartan gustos e intereses. Lo que puede ocasionar que en muchas ocasiones adopté las mismas aficiones y actividades que la mayoría de sus semejantes.

El consumo de alcohol es un problema de salud en la juventud mexicana. Investigaciones recientes muestran que la edad en que los jóvenes tienen sus primeros acercamientos con el alcohol se han reducido notablemente (Maldonado, 2009).

Sánchez (2006) menciona que el **medio en que se desenvuelven los jóvenes propicia a que beban**. Condiciones como la oferta de bebidas alcohólicas y lugares de consumo cerca de las escuelas, leyes que son fácilmente quebrantadas, condiciones económicas como desempleo, falta de oportunidades y desencanto social, además de una cultura permisiva inducen a beber.

Esta actividad también expone a los jóvenes a situaciones donde comprometen su integridad física así como la de terceros.

La OMS (2006) menciona que el consumo excesivo de alcohol reduce la velocidad de reacción, entorpece los procesos de planeación de conductas y evaluación de las decisiones que se toman. Por otro lado fomenta la impulsividad y conductas agresivas. Además de que desinhibe conductas sexuales lo que puede propiciar enfermedades de transmisión sexual y embarazos no deseados.

Rodríguez (2006) menciona que una proporción significativa de la población universitaria ha experimentado el consumo de alcohol practicando patrones de consumo que van desde moderado hasta abusivo

Beber puede ser considerado por los jóvenes como una actividad que **cimenta lazos sociales** entre los jóvenes como mencionan Cicua y Muñoz (2009) que afirman que el beber es un comportamiento primordialmente social en el que las personas encuentran una forma de socializar e incluso de seleccionar amistades.

Además de socializar los jóvenes encuentran en el alcohol un medio para **evadir o lidiar con los problemas** que estén experimentando además de tener más confianza en sí mismos.

Chau (1999) retomando lo expuesto por Lazarus y Folkman (1986) menciona que las habilidades para lidiar con situaciones problemáticas están relacionadas con la conducta de beber.

Un joven que cuenta con confianza hacia las habilidades que percibe para hacer frente a sus problemas tendrá menos probabilidades de consumir alcohol a diferencia de alguien que no perciba sus herramientas como efectivas al momento de hacer frente a problemas psicológicos o para lidiar con la presión social a la que es expuesto por parte de sus amigos.

Es importante mencionar que aunque el ambiente social ayuda a determinar en gran medida la forma en que los universitarios comprenden el consumo de alcohol en términos de beneficios que obtendrán a partir de él la condición psicológica está íntimamente relacionada con la decisión de beber.

Cabe mencionar que las investigaciones realizadas en este fenómeno parten desde un punto de vista social o psicológico, es decir que la conducta de beber no es contemplada de una forma más amplia ya que no consideran muchos de los factores involucrados en el consumo de alcohol.

Pons y Buelga (2011) proponen el modelo ecológico como una forma de comprender el abuso de sustancias desde una manera más global.

En el caso del consumo del alcohol mencionan que este es de origen multifactorial y para ser explicado debe -género, edad, personalidad, situación psicológica, expectativas hacia los resultados del consumo de la sustancia del joven. La esfera social que incluye familia, amigos, aceptación del consumo en su entorno, presión y la forma en que se integra con sus semejantes. Por último la droga, la tolerancia, frecuencia y volumen de consumo.

El presente estudio pretende brindar un panorama general sobre los **hábitos de consumo** por parte de los estudiantes de la FES Zaragoza en lo referente a **cantidades, periodicidad y lugares** y situaciones predilectas para el consumo.

Por otro lado se busca explorar las **características psicológicas y sociales** relacionadas al consumo y la manera en que estas condiciones toman la forma de **motivaciones** para efectuar el consumo.

1. EL CONSUMO DE ALCOHOL

1.1 Definición

El concepto de consumo de alcohol puede considerarse como algo simple, sin embargo el término puede cobrar varios sentidos en cuanto se habla de la intensidad, periodicidad y motivos por los que se consume. Por lo tanto es vital que se delimiten algunos términos relacionados al consumo de bebidas alcohólicas.

El consumo de alcohol puede describirse en términos de gramos de alcohol consumido o por el contenido alcohólico de las distintas bebidas, en forma de unidades de bebida estándar. En Europa una bebida estándar contiene 10 gramos de alcohol. Aunque no en todos los países de la Región existe una definición de bebida estándar, en Estados Unidos y Canadá, una bebida estándar contiene entre 12 y 14 gramos de alcohol (Anderson, Gual & Colon 2008).

El consumo engloba varias situaciones o usos específicos dentro de éstas se encuentra el consumo que va por regularidad: ocasional, abuso, dependencia y a su vez dentro de estas categorías se encuentran sub categorías: volumen, hábitos de uso y consecuencias.

Dado que la categoría de dependencia conlleva a un cuadro clínico más detallado en la forma en que el consumo afecta física, emocional y socialmente al sujeto que padece de alcoholismo el estudio se enfocará a profundizar en lo concerniente al consumo ocasional y a patrones de consumo excesivos y a las conductas de riesgo que derivan de ellos. De igual manera se concentrará en brindar datos sobre un estrato de la población en específico, los jóvenes.

Hay patrones de consumo que pueden causar daños físicos, emocionales y psicológicos que involucran no solamente al consumidor ya que sus círculos sociales cercanos también se ven afectados.

1.2 Patrones de consumo

La clasificación para definir los patrones de consumo, considerando la frecuencia del consumo, y a partir de las respuestas clasifica a los bebedores en:

1. Bebedor regular: bebe por lo menos una vez a la semana
2. Bebedor intermedio: bebe de una a tres veces por mes
3. Bebedor ocasional: bebe menos de una vez al mes, pero al menos una vez al año
4. Abstemio: No bebió durante el último año (Moysén, Garay, Esteban, Gurrola & Bálcazar 2012) .

El **consumo de riesgo** es un patrón de consumo de alcohol que aumenta el peligro de consecuencias adversas para la salud si el hábito del consumo persiste. La OMS lo describe como el consumo regular de 20 a 40g diarios de alcohol en mujeres y de 40 a 60g diarios en varones.

El **consumo perjudicial** se refiere a aquel que conlleva consecuencias para la salud física ya mental. Está definido por la OMS (2012) como consumo regular promedio de más de 40g de alcohol al día en mujeres y de más de 60g al día en hombres.

De acuerdo con Anderson et. al. (2008) el **consumo excesivo episódico** o circunstancial (también llamado binge drinking), que puede resultar particularmente dañino para ciertos problemas de salud, implica el consumo, por parte de un adulto, de por lo menos 60g de alcohol en una sola ocasión.

El consumo de alcohol puede categorizarse dependiendo de diversas variables como cantidad, frecuencia, uso y consecuencias.

La medición de conductas relacionadas con el alcohol entre los adolescentes comparte algunas similitudes con la de los adultos.

Tapia (2001) de acuerdo con Windle (1996) expone que las investigaciones recientes sobre adolescentes se han centrado en la heterogeneidad de las conductas relacionadas a la bebida, que incluyen no sólo el consumo en sí mismo, sino también las consecuencias sociales adversas y los síntomas de dependencia al alcohol. Estos modelos multidimensionales de las conductas del adolescente relacionadas con el alcohol han dado lugar de dos a seis dimensiones, y tres de ellas son relativamente invariables en todos los estudios. Estas **tres dimensiones** se refieren a la **intensidad** de consumo de alcohol, a las **consecuencias negativas** o adversas, y a los **síntomas de dependencia** tales como la pérdida del control.

Windle (1996) propuso una **tipología del bebedor para adolescentes** que está influida por los enfoques epidemiológicos del alcohol en adultos, con respecto a la gradación continua en la conducta del beber, incluidos los problemas con la bebida. Se aleja de la conceptualización clásica dicotómica de los criterios diagnósticos.

Se plantea que esta aproximación en la medición centrada en la gradación continua podría ser más sensible en la conducta de beber en los adolescentes, que los sistemas diagnósticos estándares o los enfoques unidimensionales (alcohol consumido). El **enfoque tipológico** propuesto podría captar de forma más adecuada las sutiles variaciones en el involucramiento con el alcohol entre los adolescentes que otras aproximaciones. Estas variaciones podrían a su vez reflejar las vías etiológicamente distintas, identificar riesgos diferenciales para el desarrollo del alcoholismo en el adulto, y sugerir medidas de prevención e intervenciones alternativas para distintas sub poblaciones de adolescentes. Esta propuesta primordial, si se considera la limitada eficacia de los esfuerzos preventivos actuales desarrollados con los adolescentes, en los cuales se ha recurrido mayoritariamente a intervenciones uniformes, en lugar de considerar el grado de involucramiento con el alcohol.

Para evaluar las gradaciones con respecto a los niveles progresivos de bque cuenta con **cinco categorías** que abarcan desde el abstemio al problemático y su consumo en los últimos 30 días. El **abstemio** es aquél que no ha consumido un trago; el **bebedor ligero** es el que ha consumido un trago; el **bebedor moderado** es aquél que consumido diez o más tragos pero menos de 45; el **bebedor intenso** ha consumido más de 45 tragos o ha consumido seis o más tragos en al menos cada una de las tres últimas ocasiones en que consumió. Por último, el **bebedor problemático** es aquél que ha consumido más de 45 tragos o consumido seis o más tragos, en al menos cada una de las tres últimas ocasiones en que consumió y ha reportado cinco o más problemas con el alcohol en los últimos seis meses. Cada trago equivale a 350ml de cerveza (que es igual a una lata de cerveza o a 10-11 gr de etanol).

El criterio utilizado para la categorización se basó en tres índices: a) el índice de la frecuencia/cantidad estándar que refleja el número promedio de onzas de etanol consumidas por día; b) el número de episodios de abuso (beber seis o más tragos en una ocasión) y c) el número problemas con el alcohol (principalmente, consecuencias sociales adversas asociadas a su consumo).

Los cortes para el índice de la frecuencia/cantidad y el número de los días de consumo intenso fueron consistentes con la literatura existente (OMS, 1994).

Tapia (2001) de acuerdo con (Schorling & Buchsbaum 1997), señala que existen también los criterios planteados por The National Institute on Alcoholism and Alcohol Abuse (NIAA) que recomienda no más de 14 tragos por semana en los hombres (el equivalente a ocho botellas grandes de 620ml de cerveza) y siete en las mujeres (o cuatro botellas grandes de 620ml de cerveza).

Las categorías mencionadas anteriormente también están consideradas por el contexto social donde se desenvuelven los bebedores, es decir cómo es que se comprende socialmente el uso de bebidas alcohólicas, costumbres e incluso por las leyes del país donde se encuentra.

De acuerdo con Aizpiri, Barbado, Gonçalves y Rodríguez (2006) también existen modelos de consumo, estos modelos de consumo están delineados por la cantidad que se bebe, preferencias y percepción social del consumo.

El mediterráneo

- Comienzo a edad temprana, en ambiente familiar y social permisivo.
- Utilización de bebidas de baja graduación, que asciende con la edad.
- Etilismo social y público, más o menos tolerado.
- Los cambios favorecen la aparición de abusos (emigración, ascensos).
- “Pasadas” habituales, asumidas como comprensibles en el contexto.

El anglosajón

- Restricción del inicio del consumo hasta la edad adulta.
- Falta de cotidianidad en el consumo, más ocasional, más esporádico.
- Bebidas con alta graduación alcohólica desde el inicio.
- Consumo en privado o en pequeños grupos.
- Etilismo social y público mucho menos tolerado.
- “Pasadas” más ocasionales, pero de mayor gravedad.

Tomando como punto de referencia estos modelos de consumo se pueden encontrar similitudes con la forma en que se consumen o perciben las bebidas alcohólicas en nuestro país. En especial en cuanto a la edad de inicio, veces en que se excede el consumo y el aspecto social de este.

Se considera que en algunas ocasiones no es malo intoxicarse ya que de esa manera se aprende a beber o que es algo inevitable cuando se ha comenzado a beber.

De la misma forma se considera que las veces que el consumo se realiza en exceso depende del contexto y si ese contexto es evaluado como oportuno para beber en mayores cantidades no está mal visto socialmente que los jóvenes se intoxiquen esto también pone en evidencia que la sociedad tiene una actitud permisiva hacia la manera en que los jóvenes se inician en el consumo y los hábitos que tienen en su forma de beber.

Esto da pauta para patrones de consumo que son perjudiciales tanto en el plano físico, emocional, psicológico y social del consumidor. Muchas veces el consumo excesivo o riesgoso de alcohol deriva de las concepciones particulares del bebedor tales como percepción de riesgo en su consumo, evaluación de los costos, beneficios y expectativas.

Las expectativas toman mucha importancia en el abuso del alcohol puesto que son percibidas como los resultados positivos del consumo de alcohol como pueden ser experiencias placenteras o evitar situaciones adversas.

Muchas de esas expectativas se encuentran inmersas en el medio social, especialmente las que se muestran en los medios de comunicación.

El término abuso, según Camacho (2005) hace referencia al consumo repetitivo de una sustancia psicoactiva que produce disfunciones psicofisiológicas y alteraciones psicosociales desde su uso específicamente farmacológico y en general... “al desarrollo de disfunciones a pesar de que la persona es consciente del daño producido por el consumo de la sustancia”

En relación con los factores de riesgo Cassola, Pilatti, Alderete y Godoy (2005) de acuerdo con (Cooper, Word, Orcutt & Albino, 2003) los definen como aquellas características personales o ambientales que podrían resultar facilitadoras para el inicio o mantenimiento del uso y abuso de drogas. Éstos, han sido agrupados tradicionalmente en factores de riesgo individuales, contextuales e interpersonales. La práctica de comportamientos riesgosos como abusar de drogas (entre ellas el alcohol ocupa el primer lugar en relación al uso y daños), conducir vehículos bajo los efectos de las drogas, los cambios en la conducta por efecto de las drogas (irritabilidad, pérdida de coordinación, impulsividad), o sexo inseguro, son algunas de las consecuencias secundarias que se derivan del uso de sustancias.

Se han mencionado aspectos generales sobre el consumo de alcohol en México, también se ha indicado que aunque este consumo comparte rasgos similares con el consumo que se hace por parte de los jóvenes, hábitos, permisividad, concepción sobre el uso de bebida alcohólicas, costumbres también hay características específicas de la forma de beber de los jóvenes.

A pesar de que el tema ha cobrado interés en varias disciplinas de la salud y sociales aún hay carencia de conocimientos en cuanto a factores más específicos del fenómeno.

1.3 Abuso y consumo de riesgo

Al estudiar el nivel de consumo de las sustancias tóxicas es importante no perder de vista las categorías en la que se pueden encontrar los distintos hábitos de consumo. Estos pueden ir desde un nivel bajo (sano) hasta uno excesivo (abuso).

Un patrón de consumo **sano** comprende dentro de sus características que: la forma de beber del individuo no ha tenido consecuencias negativas en su salud física y mental; y que las relaciones con sus círculos sociales no se han visto afectadas de forma sustancial. De forma contraria, se puede hablar de **abuso** en el momento que la persona consume de forma constante y que a pesar de tener contemplados los efectos de excederse no desiste en la forma de beber poniendo en compromiso su salud física y mental así como sus relaciones con familiares y demás círculos sociales.

El abuso en la forma de beber es en la mayoría de las veces un **proceso progresivo y multifactorial**. No se trata de un problema que surja de forma casual puesto que hay diversos factores de riesgo que pueden ocasionar que una persona adopte patrones de consumo excesivo de alcohol.

El abuso además de provocar graves daños psicológicos, físicos y de afectar la forma en que se relacionan con su medio social, también hace que el individuo pueda incurrir en conductas de riesgo tales como conducir en estado de ebriedad, riñas y prácticas sexuales riesgosas por mencionar algunas.

Hay diversas características personales que pueden hacer que alguien sea más proclive a desarrollar un problema de abuso en su forma de beber. Estas particularidades que pueden ser de una naturaleza muy particular como lo es el temperamento, valores, frustraciones o de un orden más general, como el medio donde se desenvuelve la persona y condiciones socio demográficas

Estos elementos en algunas ocasiones intervienen de forma negativa en la manera en que un consumidor percibe las consecuencias de su estilo de beber, es decir que puede considerar que es necesario consumir para olvidar sus

problemas, ser más sociable, más agresivo y en pocas palabras: ser lo que quisiera ser. Estos componentes se conocen como factores de riesgo.

Cassola et al. (2005) menciona que dentro de los **factores de riesgo** pueden considerarse las características personales y ambientales que pueden servir como facilitadores para el inicio y mantenimiento del uso de sustancias. Enfatizan que conductas tales como conducir bajo la influencia de sustancias, irritabilidad, pérdida de coordinación, impulsividad y prácticas sexuales riesgosas son consecuencias derivadas del consumo.

Tirado, Aguaded y Gutiérrez (2009) señalan que las categorías en las que se integran los **factores de riesgo** se dividen en **personales, relacionales y sociales**. Los **personales** se refieren a las características internas del individuo físicas, habilidades psicosociales de las que dispone, autoestima, sentir, creencias hacia las drogas, valores, actitudes y forma de comportarse. Estas características de la personalidad son transmitidas dentro de la familia.

Los autores mencionan que otro factor que puede influir en la conducta de beber son las **experiencias** adquiridas a través de las relaciones que ha tenido con las demás personas a lo largo de su convivencia cotidiana y que constituyen un puente entre la persona y los demás; que aunadas a la información con la que cuente será determinante en la forma en que tome decisiones futuras acerca de si el consumo es adecuado así como la cantidad de alcohol que ingerirá.

Los **factores relacionales** hacen referencia a la forma en que la persona interactúa con su familia o en otro contexto como pueden ser los maestros y compañeros de la escuela, del trabajo y sus vecinos entre otros.

Por otro lado los **factores sociales** comprenden la presión que ejerce un grupo sobre la persona para que adopte la conducta de beber, que aunada a sus necesidades personales como la necesidad de pertenencia y las fallas para relacionarse con sus pares la llevan a realizar las acciones que el grupo está demandando, en ocasiones pudiendo perdiendo el control.

Es importante mostrar las **diferencias entre abuso y dependencia** del alcohol ya que estas categorías difieren entre el aspecto físico, cognitivo y conductual de la persona afectada.

Para iniciar, se han establecido los criterios para definir el abuso de sustancias:

- 1) Uso recurrente de una sustancia que resulta en una dificultad para llevar a cabo obligaciones laborales, escolares o en el hogar.
- 2) Uso recurrente de una sustancia en situaciones en que es físicamente peligroso hacerlo
- 3) Problemas legales recurrentes por uso de una sustancia.
- 4) Uso continuado de una sustancia a pesar de problemas sociales o interpersonales persistentes o recurrentes derivados de su consumo.

Un **patrón desadaptativo** de consumo de la sustancia que conlleva un deterioro o malestar clínicamente significativo, expresado por tres (o más) de los ítems siguientes en algún momento de un período continuado de 12 meses:

1. **Tolerancia** es definida por cualquiera de los siguientes ítems:
 - a) una *necesidad de cantidades marcadamente crecientes* de la sustancia para conseguir la intoxicación o el efecto deseado.
 - b) el *efecto de las mismas cantidades de sustancia disminuye* claramente con su consumo continuado.
2. **Abstinencia** se define por alguno de los siguientes ítems:
 - a) el *síndrome de abstinencia* característico para la sustancia.
 - b) *se toma la misma sustancia* (o una muy parecida) *para aliviar* o evitar los síntomas de abstinencia.
3. La **sustancia** es **tomada** con frecuencia en cantidades mayores o durante un período más largo de lo que inicialmente se pretendía.
4. **Existe** un deseo persistente o esfuerzos infructuosos de controlar o interrumpir el consumo de la sustancia.
5. Se emplea mucho **tiempo** en actividades relacionadas con la *obtención* de la sustancia (por ejemplo desplazarse largas distancias, robar, engañar gente,

pedir limosna), en el *consumo* de la sustancia o en la *recuperación* de los efectos de la sustancia.

6. Reducción de importantes **actividades** sociales, laborales, familiares o recreativas debido al consumo de la sustancia.
7. Se **continúa tomando** la sustancia a pesar de tener conciencia de problemas psicológicos o físicos persistentes, que parecen causados o exacerbados por el consumo de la sustancia (consumo de la cocaína a pesar de saber que provoca depresión, o continuada ingesta de alcohol a pesar de que empeora una úlcera). (González, 2005)

Es notable que el abuso engloba una serie de **consecuencias nocivas** para el individuo en distintos planos y pueden ocasionar que el individuo incurra en comportamientos que pondrían su salud en peligro. Estos patrones de comportamiento generalmente derivan de la forma en que afecta el alcohol el juicio, toma de decisiones, la habilidad para prever las consecuencias adversas que podrían surgir.

Estas acciones se conocen como conductas de riesgo. Las **conductas de riesgo** se derivan del abuso en el consumo del alcohol y ponen en peligro la salud física y mental de la persona y de aquellos con quien convive.

Hidalgo y Júdez (2007) definen las conductas de riesgo como “actuaciones repetidas y fuera de determinados límites, que pueden desviar o comprometer el desarrollo psicosocial normal durante la infancia o la adolescencia, con repercusiones perjudiciales para la vida actual o futura”.

Cairney et al. (2010) mencionan que el **deterioro de las habilidades cognitivas y motrices** aumenta de forma considerable las posibilidades de un percance tanto por parte de los conductores y de los peatones y que actualmente el alcohol está identificado como uno de los principales factores que intervienen en los accidentes automovilísticos. También señalan que el riesgo de un accidente en conductores que no han bebido es menor mientras que los que han bebido están en más riesgo conforme se encuentre mayor concentración de alcohol en la sangre.

Las conductas de riesgo con las que más frecuentemente se enfrentan los consumidores de alcohol son accidentes viales, peleas y prácticas sexuales de riesgo.

Los accidentes automovilísticos causados por el consumo de alcohol son una de las primordiales preocupaciones de las instituciones de salud a nivel internacional. Esto se debe al gran número de personas que resultan afectadas ya sea de forma directa o indirecta con respecto al consumo, es importante resaltar que en muchos de los casos las personas que resultan lesionadas no consumieron alcohol.

Peláez y Cristina (2010) señalan que en los países de América Latina y el Caribe mueren al año más de 130 000 personas, más de 1 200 000 sufren heridas y cientos de miles quedan discapacitados como consecuencia de choques y atropellamientos a causa del alcohol. También mencionan que es difícil establecer comparaciones entre diversos estudios debido a las diferencias que existen de un país a otro en los límites de alcoholemia impuestos en cada localidad.

Los autores también mencionan que el uso de alcohol está íntimamente relacionado con los accidentes viales. Principalmente por la disminución en las capacidades cognitivas, en especial, el predecir consecuencias interviene al momento de tomar el volante.

Al igual que el exceso de alcohol actúa como factor de riesgo para accidentes de tránsito, lo es también para incurrir en conductas violentas, ya sea contra terceros o incluso hacía sí mismo.

De acuerdo con la OMS (2006) el consumo excesivo reduce el autocontrol, la capacidad para procesar la información que proviene del ambiente y para evaluar correctamente los riesgos de las acciones que se toman, incrementa la forma en que se **expresan las emociones y la impulsividad**, lo que hace que los bebedores respondan de una forma más agresiva en el caso de una confrontación. De la misma forma la disminución de habilidades perceptivas hace de los consumidores un blanco fácil para posibles agresores.

La OMS señala que las **creencias personales** que se tienen respecto al alcohol pueden ser un factor de riesgo para el desarrollo de conductas violentas. Esto se debe a que se tiene la idea de que al alcohol potencializa la confianza y la agresividad y que incluso el beber puede ser un acto de preparación para participar en actos violentos. Igualmente señala que el alcohol interviene en gran medida en la violencia que se infringe hacia la pareja.

La OMS también menciona que parte de la violencia relacionada con el alcohol se da por la noche, en especial los fines de semana en las cercanías de los establecimientos en donde se realizó el consumo.

Los locales donde se consume también juegan un papel importante en la probabilidad de que se presenten actos de violencia. Las características de estos lugares son:

- Poco cuidado por la comodidad de los clientes (lugares al máximo de su capacidad, sin asientos, ventilación adecuada, ruido excesivo).
- Descuentos en las bebidas.
- Portereros agresivos.
- Mayor proporción de clientes ebrios.
- Venta de bebidas a menores de edad o a clientes que ya están ebrios.
- Cercanía a otros lugares de consumo.

La **edad** en que se inicia el consumo también es un factor de riesgo para realizar actos de violencia o ser víctima de ellos.

La OMS señala que el consumo de alcohol genera varios riesgos para la integridad física del consumidor y de la gente que lo rodea, dichos riesgos aumentan en medida que el consumo sea mayor y a las características personales del consumidor.

El alcohol **limita** las capacidades de planeación y de prever las consecuencias de las acciones que se ejecutan, estas anomalías en la forma de pensar del individuo

también ocasionan que no tenga las precauciones adecuadas al momento de ejercer su sexualidad. Esto repercute no solo en la posibilidad de enfrentarse a un embarazo no planeado ya que también corre el riesgo de contagiarse de alguna enfermedad de transmisión sexual.

De acuerdo con Valle, Benavides, Álvarez y Peña (2011) una **conducta sexual de riesgo** es una práctica donde una persona puede ocasionar daños a su salud o a la de otra persona, especialmente por la posibilidad de contagio de una enfermedad de transmisión sexual como son el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH) que ocasiona el Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA).

Las conductas sexuales de riesgo además de poner en peligro la salud de las personas también las expone a embarazos no deseados. Esto afecta de muchas maneras a la pareja involucrada en cuanto a su proyecto de vida, estabilidad económica, familiar además de que por el uso de alcohol durante la concepción es posible que se presenten problemas antes y durante el parto sin mencionar que es un factor de riesgo para anomalías en el producto.

Bellis y Hughes (2004) mencionan que tanto hombres como mujeres consumen alcohol para obtener mayor confianza al momento de interactuar con potenciales parejas sexuales. El alcohol tiene una función desinhibidora y que puede despertar el deseo sexual en las personas, inclusive en aquellas que en otras condiciones serían demasiado cohibidas para expresar sus intenciones. Al igual que otras drogas el alcohol puede ocasionar amnesia lo que facilita que los individuos pasen por alto sus acciones y consecuencias antes, durante y después de tener actividad sexual.

Los **medios de comunicación** también influyen en la forma en que se perciben las cualidades sociales del alcohol. En muchos anuncios se muestran a los protagonistas como personas sociables, y atractivas sexualmente.

Lucio (2008) señala el **impacto** psicosocial de un **embarazo no planeado**:

1. **Deserción escolar**, lo que disminuye las posibilidades de obtener un empleo estable.

2. El **daño emocional** a causa de un embarazo no deseado, un aborto o las complicaciones que se presenten durante el parto.
3. *Dependencias* afectivas, económicas o ambas.
4. En caso de ser una madre adolescente se presenta mayor **vulnerabilidad** para explotación sexual y para la adquisición de enfermedades de transmisión sexual

Las consecuencias del consumo de alcohol están ligadas íntimamente con el contexto social, es decir que dependiendo de las creencias, tradiciones, educación y marco legal la manera de beber será afectada.

Cada sociedad comprende de forma distinta el uso del alcohol, en algunos casos consideran que es algo que es inherente al desarrollo de las personas y en otros casos son menos permisivos hacia el hecho de que los jóvenes comiencen a experimentar con esta sustancia. Por lo tanto, es necesario comprender de qué forma es que la sociedad moldea la manera en que los jóvenes perciben la conducta de beber y a la vez cómo es que los jóvenes pueden encontrar en la forma en que se relacionan con su entorno social razones para comenzar a beber.

1.4 El consumo de alcohol en México

De acuerdo con Tapia (2001) en México la investigación del abuso de bebidas alcohólicas ha seguido un modelo de Salud Pública. De dicha investigación se pretende derivar recomendaciones sobre políticas de salud que afecten a los elementos que componen la triada epidemiológica; a) el agente donde la meta es el control de la disponibilidad que se asocia con el incremento y la probabilidad de consumo en ocasiones y circunstancias de riesgo; b) el individuo consumidor, cuya meta es fomentar la moderación en el consumo e identificar a las personas que empiezan a presentar problemas con el alcohol a fin de tratarlas para que controlen el consumo y logren la abstinencia, además de la prevención de recaídas de aquellos individuos que han desarrollado dependencia; y c) el ambiente, esto es, el lugar donde se consume. Una vez identificados los factores que promueven el abuso y aquellos que apoyan la moderación, se le podrá incluir en los programas del sector.

Tapia (2001) menciona que el consumo per capita estimado a partir de las ventas sujetas a un control fiscal, es de alrededor de 5 L de alcohol absoluto para la población mayor de 15 años. Sin embargo, en los últimos 20 años, se registra un incremento importante al pasar de 2.06 L para la población total en 1970 a 3.5 L para 1994, con una variación en este periodo de 62.10%. Esta cifra no incluye el consumo de alcohol no registrado; aunque se desconoce la magnitud, se estima que puede ser elevada.

De acuerdo con Maldonado (2009) México ocupa el tercer lugar en consumo de alcohol en el continente americano con un porcentaje de 85 % de la población. El mismo estudio menciona que los bebedores ocasionales o sociales ya no existen como tal, especialmente en los jóvenes que una vez que adoptan un hábito es difícil para ellos dejarlo. Por otro lado señala que los medios de publicidad ayudan en gran medida a este hecho, ya que son percibidos como una población vulnerable.

Pantoja (2012) menciona que de acuerdo con la ENA el 22% de los mexicanos reconocen que consumen bebidas alcohólicas por lo menos una vez por semana, 18% señala hacerlo una vez por mes y 35% respondió que su consumo es todavía más esporádico, finalmente una cuarta parte de la población declara que nunca consume bebidas alcohólicas.

Los datos también muestran que la población no acostumbra beber a **diario** o casi diario. Se encontró que el patrón más recurrente es del beber grandes cantidades por cada ocasión en que se da el consumo.

Son casi 27 millones de mexicanos los que acostumbran este patrón de consumo (de un total de 112 336 538 que equivale al 2.40%); esto significa que aunque no beban de forma regular cuando se presentan momentos específicos (fines de semana, fiestas) y son en esas condiciones que se consumen cantidades mayores (más de cuatro copas por ocasión las mujeres y más de cinco en el caso de los hombres). De los 27 millones de mexicanos que consumen de esa forma se calcula que alrededor de 4 millones beben grandes cantidades al menos una vez por semana.

Maldonado (2009) menciona que la **edad promedio** en que los mexicanos **iniciaron** el consumo de alcohol es de 17.4 años, en los hombres la edad promedio fue más temprana (16.8) mientras que las mujeres (18.3).

En lo respectivo a las edades el 27% los jóvenes menores de 30 años dicen consumir alcohol al menos una vez a la semana. Es notable la edad en que se inicia el consumo y el nivel que alcanza conforme va aumentando la edad y la forma en que se mantiene. En lo relacionado al consumo en menores de 30 años puede verse que el consumo es más común y que puede incluso empezar a mostrar síntomas de dependencia hacia el alcohol.

En cuanto a la preferencia de bebidas la cerveza es la más popular entre los jóvenes quienes también llevan la delantera en el consumo de vodka. También existen diferencias por región, la cerveza es la más consumida en el sureste mientras que el tequila aumenta de preferencia en el norte y en el bajío. El vodka por su parte tiene una preferencia del 8% en el norte y el ron el 7% en el centro del país.

Los **lugares o momentos** preferidos para beber por parte de la población es:

- Fiestas con el 43%
- Domicilios particulares con 35%

- Bares y restaurantes con 18% de menciones.

Hay diferencias marcadas en la frecuencia del consumo por el **género**, el 31% de los hombres afirma beber al menos una vez a la semana y solo el 8% de las mujeres lo hace con esa frecuencia, además de que 38% mencionan nunca consumir bebidas alcohólicas, a diferencia de los hombres, representados con un porcentaje de 17%.

También cabe mencionar que aunque el **consumo per cápita** es menor que en otros países, es aquí donde se encuentra un mayor índice de problemas asociados al consumo, esto responde a que si bien no hay un consumo que se mantenga constante son esos momentos ocasionales en los que se bebe de forma desmesurada. Esto puede atribuirse a diferencias culturales, por ejemplo en países europeos donde se acostumbra beber para acompañar los alimentos regularmente pero en países latinos se acostumbra beber en ocasiones específicas y que en algunas veces no se considera el embriagarse como una consecuencia del consumo excesivo sino como un objetivo al momento de beber. También hay tradiciones religiosas donde se jura que no se beberá por cierto período de tiempo pero al terminar ese plazo el consumo se realiza de una forma explosiva. Esto es revelador en el sentido de que aunque pareciera que es una medida para tener un consumo responsable en realidad es otra forma de justificar el consumo excesivo de bebidas alcohólicas puesto que ya se tuvo un momento de reposo se puede usar la excusa de que como no se ha bebido por un largo período de tiempo no está mal visto beber de más o incluso embriagarse.

Es notable que la juventud es un sector de la población que puede incidir en conductas abusivas hacia el consumo de alcohol. Es importante subrayar que la forma en que se contempla al consumo de bebidas alcohólicas por parte de los jóvenes está definido por el contexto en el que están inmersos como puede ser su situación económica, social, educativa, psicológica y emocional.

1.5 Consumo de alcohol en jóvenes mexicanos

Para la OMS (2000) “la juventud es una etapa de la vida comprendida entre los 19 y 30 años, en donde el ser humano tiene las condiciones óptimas para el desarrollo de sus potencialidades, físicas, cognitivas, laborales y reproductivas.”

En el caso de los jóvenes en México es imprescindible ahondar en el contexto psicosocial en que se encuentran, cómo es que perciben su ambiente y por lo tanto como es cómo es que comprenden el consumo de bebidas alcohólicas. Son varias las piezas que en conjunto forman la las situaciones con las que se enfrentan los jóvenes.

En México los jóvenes toman un lugar importante dentro de la sociedad principalmente por la densidad de su población y por la demanda por servicios y espacios que requieren.

El alcohol es la sustancia adictiva que se utiliza con mayor frecuencia por los adultos jóvenes. La información proveniente de la Encuesta Nacional de Adicciones más reciente muestra que más de 50% de los jóvenes entre los 18-29 años ha consumido bebidas alcohólicas al menos una vez durante el último mes. En la Ciudad de México se ha encontrado que más de la mitad de las mujeres y cerca de dos terceras partes de los hombres entre 18-29 años de edad consume regularmente bebidas alcohólicas. Durante los últimos años, el consumo de bebidas alcohólicas se ha venido incrementando importantemente entre los jóvenes mexicanos de ambos sexos en edad de recibir una educación superior. A nivel internacional se contempla a la población estudiantil de los centros de educación superior como un grupo de mayor riesgo para el desarrollo de problemas por consumo de alcohol. En México, aunque se desconoce si los estudiantes de educación superior son un grupo de mayor riesgo para estos abusos; algunas encuestas y reportes sugieren que los problemas por consumo de alcohol tienen una importancia creciente. En cuanto al consumo de alcohol que excede los niveles seguros para la salud (≥ 2 bebidas estándar al día en las mujeres o ≥ 3 bebidas estándar al día en los hombres) (Díaz et al. 2008)

De acuerdo con Martínez (2012) el consumo de alcohol en México entre mayores de 15 años aumentó 73.5% en los últimos 30 años, de acuerdo con un reporte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En su estudio, el organismo que aglutina a las economías más desarrolladas señala que aunque el consumo del alcohol ha disminuido en 23 naciones, en otras 14 se incrementó.

México fue el tercer país con el mayor porcentaje de incremento, por debajo de Brasil y China, donde el consumo subió 188.4% y 158.8% respectivamente. El promedio de litros consumidos por persona alcanzó los 9.1 litros entre los países de la OCDE.

Mayo (2012) postula que las variaciones del consumo de alcohol entre los países no solo son un reflejo de cómo es que los hábitos van cambiando sino que también responden a las políticas para controlar el consumo de alcohol.

Además de componentes legales que influyen en el consumo también intervienen elementos psicológicos y sociales que actúan ya sea de forma negativa o positiva en el consumo que cada persona realiza. La naturaleza psicosocial del ser humano no es ajena al uso de sustancias, además de que no solamente es la psique del individuo la que regula o incluso se abstiene del consumo sino que dependiendo de cómo es que califique su situación social el consumo se verá afectado en el sentido de iniciarse, aumentar o disminuir.

2. FACTORES PSICOSOCIALES ASOCIADOS AL CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS

2.1 Consumo de alcohol en estudiantes universitarios.

Cuando los jóvenes asisten a la universidad además de obtener una educación que les ayudará a desarrollar las herramientas necesarias para insertarse al medio profesional también es un espacio donde se les permite moldear formas de pensamiento, de actuar y de percibir e interactuar con la sociedad.

De esta forma se busca cimentar más la identidad, definir valores y de obtener un sentido de pertenencia. En el transcurso de su formación universitaria los estudiantes se enfrentan a problemas familiares, de pareja, laborales y, en el caso de aquellos que no tienen las habilidades apropiadas para enfrentarlo, pueden considerar al alcohol como una forma de sobrellevarlo.

En los Estados Unidos el consumo de alcohol y los problemas derivados entre los estudiantes de nivel superior ha sido identificado por el gobierno federal como un problema de salud pública y como el mayor problema de salud que se presenta en las universidades.

Se ha estimado que el consumo de bebidas alcohólicas en las instituciones de educación superior de ese país está relacionado anualmente con la muerte de 1 400 estudiantes, 500 000 lesiones, 600 000 agresiones físicas y 70 000 agresiones sexuales Diaz et al. (2008).

Se ha referido a la población estudiantil universitaria como un grupo de mayor riesgo para el desarrollo de problemas por consumo de alcohol. Las variables que podrían explicar este fenómeno serían las sociodemográficas y características ambientales y culturales propias del contexto universitario

Rodríguez (2006) menciona que de cada 10 estudiantes que ingresan al nivel bachillerato y licenciatura de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) seis mencionan haber consumido bebidas alcohólicas, algunas veces con moderación y otras con exceso, esto de acuerdo con las últimas estadísticas obtenidas por la Dirección de Servicios Médicos, dentro de esas cifras solo el 2% presentan problemas de alcoholismo.

Rodríguez (2006) señala que los **lugares predilectos** de consumo son: **fiestas, sus casas, restaurantes y bares y lugares públicos**. En lo referente a **preferencia de bebidas** las que más consumen los estudiantes son: **cerveza, los destilados, vino ligero, vino de mesa entre otros**.

Además de que el contexto universitario influye en la forma en que se considera al consumo también interviene en los hábitos y características de la forma de beber. Hay situaciones que hacen que los estudiantes no solo contemplan el consumir alcohol como una forma de afrontar o de evadir sus problemas, también es el ambiente el que ocasiona que el consumo sea más sencillo puesto que se cuenta con más libertad y con más facilidades tanto para conseguir alcohol así como para encontrar lugares para realizar el consumo.

Uno de los principales **factores de riesgo** para los estudiantes es la facilidad que tienen para conseguir alcohol. Muchos de los estudiantes ya cuentan con la mayoría de edad por lo que ya no se enfrentan con el impedimento por parte de dependientes de tiendas o licorerías para negarles la venta del alcohol, por otro lado no es raro encontrar tiendas o locales cercanos a las escuelas donde se vende alcohol.

Otro punto que cobra importancia en la manera en que se da el consumo son las demandas sociales que se generan dentro del entorno universitario, estas características pueden presentarse como factores de riesgo ya sea para iniciar el consumo o para que este se mantenga.

Estos factores sociales también afectan y a la vez dependen de la **condición psicológica de los jóvenes**, ya que si un joven cuenta con herramientas psicológicas funcionales tendrá mejores elementos para lidiar con la vida diaria a diferencia de un joven que no cuente con la estabilidad psicológica óptima para enfrentar conflictos y que podría considerar el beber como una forma de lidiar con sus preocupaciones.

Cicua y Muñoz (2008) ubican al **componente social** como un factor predominante para el consumo de alcohol, ya que los amigos, parejas y grupos pequeños son una influencia muy importante con respecto a la decisión de beber. En algunos casos el beber alcohol se encuentra dentro del proceso de la selección y

socialización entre amigos ya que debe existir aprobación por parte de los otros, evitando la exclusión social por parte de quienes consumen alcohol.

La **amistad** actúa como un **agente motivacional** para moldear formas de comportamiento positivas. En medida que los amigos interactúan más su comportamiento va cambiando por causa de su amistad, los amigos son similares en medida que efectúan comportamientos prosociales y se mantienen motivados a hacerlos. De esta manera se establece la relación de la influencia de los pares en el consumo, especialmente cuando existe una amistad de por medio. Las actitudes de aprobación por parte de los pares constituyen un factor asociado con el consumo de alcohol.

En una investigación realizada en Madrid por el Plan Nacional de Drogas (2007) se les interrogó a los estudiantes sobre su percepción del consumo en la universidad y se encontró que aunque es alto el porcentaje de estudiantes que consideran que el consumo de alcohol no se ve afectado por la interacción con el ambiente universitario el 50.18% de los estudiantes encuestados opinan que **el ambiente universitario favorece el consumo de alcohol** y hubo solo un 5.8% que afirma que el ambiente no es un factor que propicie el consumo de alcohol.

Los encuestados coincidieron al reconocer que si existe consumo dentro de la universidad y casi por unanimidad aseveraron que es importante conocer la opinión de los universitarios respecto al consumo del alcohol independientemente de que estuvieran de acuerdo o no que el estar en la universidad facilita el consumo.

2.2 Conductas de riesgo en estudiantes.

El **contexto** delimita la forma en que los jóvenes inician, continúan o experimentan con el alcohol. Las **situaciones** en que se da el consumo y las **creencias** que tienen sobre el consumo de alcohol intervienen en que se vean involucrados eventos donde ponen en peligro su integridad física y su salud mental. Las situaciones de riesgo a las que se enfrentan no necesariamente están relacionadas a su situación de estudiantes pero la condición en que se encuentran

puede ocasionar que sea más sencillo incurrir en algunas conductas de riesgo. Las situaciones de riesgo con las que se encuentran frecuentemente no son consideradas como tal lo que ocasiona que el riesgo que se corre sea aún mayor. De acuerdo con los datos obtenidos en un estudio realizado por Nieves (2001) se concluyó que en **la población universitaria se presenta una mayor experimentación en el consumo** que en la población juvenil que se encuentra en su mismo rango de edad pero que no asiste a la universidad, es decir que los jóvenes que se encuentran en la universidad tienen más tendencia a experimentar con el alcohol a diferencia de los jóvenes que cuentan con su misma edad pero que no asisten a la escuela.

El consumo de alcohol responde a que **se contempla a la universidad como un espacio donde se efectúa la experimentación de diversas conductas** y dentro de esas conductas se encuentra el consumo de sustancias.

La sociedad universitaria tiene una mayor incidencia de uso de sustancias aunque el uso experimental no se traduce en un consumo habitual en el caso de sustancias que no están disponibles para la población general. El consumo habitual se enfoca principalmente en el alcohol, con una alta media en el consumo abusivo.

Nieves (2001) señala que existe el consumo que se realiza en los fines de semana, que es abusivo la mayoría de las veces y que en ocasiones origina el uso de otras sustancias. Este tipo de consumo se presenta en la población juvenil general, por lo que no puede afirmarse que sea exclusivo de los universitarios aunque si puede haber elementos que faciliten este tipo de comportamientos.

Un patrón de consumo que si puede considerarse específico dentro del contexto universitario es el consumo diario y a veces se ven relacionados con el uso de cannabis y tabaco. La variación en el consumo está normalizado e integrado a la comunidad universitaria e incluso a veces no son penalizados por el propio medio universitario, lo que puede ocasionar que se minimice el potencial de riesgo en el consumo de esas sustancias y por lo tanto el deseo de dejar de usarlas también disminuya.

Nieves (2001) también menciona que el policonsumo, en el que está presente el alcohol y en menor medida el tabaco se presenta exclusivamente los fines de semana. No es un patrón de consumo que se encuentre únicamente en los universitarios pero si se da con mayor frecuencia.

Hay estudiantes que admiten que deberían de reducir su consumo en vista de los episodios de beber en exceso en que se ven involucrados. Esto muestra que los estudiantes están al tanto de la forma en que beben y de los riesgos que se derivan de los excesos, sin embargo eso no siempre es un factor que determine el reducir o abandonar el consumo de alcohol.

Aunque en México se desconoce si los estudiantes de educación superior son un grupo de mayor riesgo para que se presenten estos problemas hay encuestas y reportes anecdóticos por parte de maestros, padres de familia y alumnos incluso que sugieren que los problemas por el consumo de alcohol han tomado una importancia reciente.

El Observatorio Mexicano de Alcohol y Drogas describió que en el año 2002 el consumo de cinco o más copas por ocasión, al menos una vez durante el último mes, ocurrió en 23% de los estudiantes de Psicología de la UNAM, afectando más frecuentemente a los hombres (32%) que a las mujeres.

Díaz et al. (2000) señala que el consumo riesgoso y dañino de alcohol (CRDA) se define como un patrón de consumo de bebidas embriagantes que ubican al sujeto en riesgo de desarrollar problemas de salud y a severas complicaciones físicas y/o psicológicas como son accidentes, violencia y dependencia.

En la población universitaria los fines de semana son donde se realiza una mayor cantidad de consumo. El consumo excesivo por ocasión es uno de los patrones de consumo en que la mayoría de los estudiantes incurren. El consumo que se realiza en los fines de semana puede considerarse dentro de la categoría de consumo intensivo.

Un estudio realizado por Landánzuri (2012) concluyó que los estudiantes universitarios beben más los fines de semana como una forma de obtener diversión, salir de la rutina y para fugarse de la realidad. Los resultados también señalan que los estudiantes no ven anormal esta forma de consumo ya que

consideran que la edad dentro de la que se encuentran es la propicia para este tipo de comportamientos y como una dinámica común con su grupo de amigos. En cuanto a las consecuencias de este comportamiento los jóvenes son conscientes de que las probabilidades de obtener consecuencias desfavorables son altas sin embargo piensan que no les va a pasar nada por lo que continúan bebiendo de ese modo. Son este tipo de creencias las que ocasionan que los jóvenes se vean involucrados en situaciones que comprometen su integridad física y emocional.

Las prácticas sexuales riesgosas son otras de las conductas en las que se ven involucrados los universitarios por el consumo de alcohol. El alcohol afecta las capacidades de planeación de previsión de consecuencias por las acciones que se toman por lo tanto no es de extrañarse que los jóvenes tengan relaciones sexuales sin contemplar los riesgos en los que ponen su salud y la de su pareja además de la probabilidad de tener un embarazo no deseado.

La forma de beber de los universitarios está conformada de la misma forma que la de la población general, sin embargo dado el contexto en el que se encuentran hace que el volumen de su consumo así como la forma en que contemplan las consecuencias de beber cambien.

A pesar de que los patrones de consumo en los que inciden los estudiantes universitarios no son exclusivos por su condición de estudiantes si hay elementos en su ambiente que ocasionan que sea más fácil para ellos practicar algunos patrones de consumo específicos.

Moysen et al. (2012) encontraron que uno de los problemas más frecuentes entre los estudiantes es el deseo de reducir el consumo, arrestos, problemas familiares y las visitas al médico. Señalan que hay evidencias de que el nivel de consumo tiende a aumentar conforme los estudiantes ingresan a semestres más avanzados. A la vez esto se relaciona con el consumo elevado que se presenta entre los 20 y 22 años; de la misma forma hay mayores posibilidades de que los jóvenes tengan un nivel riesgoso de consumo si las creencias anticipadas que tienen hacia los efectos positivos del alcohol. Especialmente si tienen expectativas del alcohol como un facilitador para la interacción grupal y como agente reductor de la ansiedad psicológica.

Albarracin y Muñoz (2008) señalan que la decisión de seguir consumiendo a pesar de conocer las consecuencias negativas a corto y largo plazo reside en la personalidad del sujeto.

Afirman que se pueden distinguir dos personalidades que favorecen el consumo:

1. Poca autoestima, poca confianza y a disgusto consigo mismo. Frecuentemente se presenta en personas que han tenido carencias afectivas, que sufrieron de descuido y maltrato en su infancia, mujeres que describen a sus madres como poco afectuosas y ausentes, hombres que fueron agredidos físicamente o que se les hizo sentir a si mismos como malos y su uso del alcohol se relaciona con evadir sentimientos de insuficiencia, inferioridad y de continuo auto reproche.
2. En el otro extremo se encuentran las personas demasiado consentidas durante su infancia, a las que se les brindó más de lo que pedían, que no se les demandó responsabilidad y que no se valieron por si mismos, con padres sobre protectores o ansiosos. Esta clase de personas al enfrentar la realidad del trabajo, de las relaciones sociales, a la conformación de un hogar con las respectivas responsabilidades y obligaciones que conlleva pueden sentirse abrumadas dentro de un rol que no asumieron de pequeños.

Es necesario tomar en cuenta que el consumo de alcohol no responde a una sola causa. Está conformado por un conjunto de factores e incluso hay variables que no dependen totalmente de la persona como pueden ser su condición demográfica, creencias familiares, tradiciones y la presión social que se ejerce sobre él.

2.3 Factores psicosociales asociados al consumo.

El fenómeno del consumo de alcohol está compuesto por un conjunto de factores relacionados entre sí. Las variables son de distintas procedencias, no solo son

biológicas o psicológicas también intervienen variables como el lugar que una persona ocupa en la sociedad, la forma en que se desenvuelve con sus semejantes y sus concepciones sobre el consumo. Existen modelos teóricos que abordan el tema de una forma integral contemplando los aspectos sociales que están ligados estrechamente con la condición psicológica de los sujetos. El modelo ecológico para el consumo de alcohol propone que además de conocer los factores físicos y psicológicos que hacen a una persona afecta al consumo de alcohol también es necesario conocer el contexto social en que se encuentra.

Para Berjano y Pons (1999) la conducta del consumo de alcohol es de una naturaleza psicosocial por lo que no puede interpretarse pasando por alto las actitudes, valores y estilo de vida. El uso de sustancias se da en un contexto de presiones sociales.

El consumo de sustancias es comprendido como una forma de comportamiento que busca satisfacer una serie de necesidades no atendidas.

Berjano y Pons (1999) exponen los principios postulados por Vega (1992) para comprender mejor el problema:

- El consumo de sustancias tóxicas varía sus pautas entre individuos diferentes, grupos diferentes y en situaciones distintos de un mismo individuo.
- No existen relaciones simples de causa-efecto, la manera en que se relacionan los diversos factores es compleja.
- Toda conducta se produce y toma sentido en un determinado contexto social.
- Las **creencias** y **percepciones** sobre la realidad motivan el comportamiento humano en esa realidad.
- Una conducta está orientada a **satisfacer alguna función física, psíquica o social**, de no ser así tendería a desaparecer.
- La información no siempre influye en el comportamiento. La información tendrá un efecto en la medida que se relacione con las creencias, actitudes, valores, estilos de vida y conductas significativas.

El modelo sociológico plantea una visión integral sobre el consumo, sin embargo es importante tomar en cuenta de que existen algunas variables que no son tomadas en cuenta totalmente. Aún hay factores que influyen en la conducta de beber y cuyo origen puede ser interno o externo.

El modelo ecológico observa al consumo desde distintos ángulos que van desde lo orgánico hasta lo psicológico pasando por el aspecto social y el demográfico.

Pons y Buelga (2011) mencionan que la explicación del consumo abusivo de sustancias no se reduce solamente a la relación que tienen los problemas individuales, por lo que es necesario ampliar la explicación más allá de las variables personales. También están involucradas las relaciones familiares, grupales y de las instituciones sociales.

El **modelo ecológico** se compone de una serie de interrelaciones e interdependencias entre el sistema orgánico, el sistema conductual y el sistema ambiental. Por ambiente se entiende no solo los factores físicos y sociales, también se contemplan **las percepciones de las personas sobre el entorno**, es decir el sentido y significado que el contexto adquiere para los sujetos que interactúan en él y con él.

Se plantea el problema del consumo de sustancias como un fenómeno integral y social que incluye al individuo, su familia, a la comunidad, a la sociedad, al sistema histórico-cultural, al sistema político, al sistema económico, al sistema jurídico y al propio producto y sus efectos en un individuo que desarrolla su comportamiento en un marco definido por los anteriores contextos.

Para el bebedor el hecho de consumir le produce una sensación de placer y tranquilidad que puede llegar hasta un nivel elevado de entusiasmo. **Las personas buscan sentirse mejor y suplir las carencias que poseen a nivel social, afectivo e intelectual.** Un sujeto inseguro, de carácter débil o proveniente de un ambiente familiar disfuncional encuentra en el alcohol un medio para disipar sus temores, obtener mayor confianza y evadir sentimientos desagradables.

Los motivos por los cuales la gente bebe están relacionados estrechamente con las expectativas que tienen hacia los efectos que esperan obtener del consumo. Las expectativas pueden ser por la obtención de algún beneficio o

efecto determinado o para disminuir algún sentimiento o la tensión por alguna situación en especial.

Las expectativas se conforman tanto por las concepciones particulares de los individuos pero también se ven afectadas por el entorno social, no solo son las demandas o problemáticas dentro del medio ambiente las que pueden ser percibidas como propicias para beber sino que también el medio social expone los resultados interpretados como positivos de consumir alcohol, comprendiéndose como positivos mayor facilidad para socializar y más confianza. Los medios de comunicación también ayudan a definir las expectativas del consumo al exponer las situaciones agradables que se derivan de beber alcohol.

Es claro que las expectativas son importantes al momento de iniciar el consumo pero también para que este se mantenga. Aunque al comienzo la expectativa sea tan sencilla como conocer la sensación de los efectos del alcohol a la larga las expectativas pueden ir cambiando e incluso puede que demanden una mayor cantidad de consumo para obtener los resultados deseados.

Mora-Ríos y Natera (2001) definen a las **expectativas** como la anticipación de una relación sistemática entre eventos u objetos en una situación futura. En otros términos las expectativas hacen referencia a las creencias individuales sobre los efectos que se desean obtener del alcohol; son de especial importancia para conformar un modelo teórico ya que permite relacionar las primeras experiencias con el alcohol con las decisiones a futuro respecto al consumo de la sustancia a la vez que esto hace posible ubicar los factores sociales y cognitivos que se relacionan con el consumo problemático y esto puede derivar en el desarrollo de una teoría que ayude a comprender e incluso explicar el abuso del alcohol.

Las expectativas son diferentes dependiendo del género, la raza y la cultura de los sujetos. El desarrollo de las expectativas puede comprenderse como un proceso social puesto que se comienza con una serie de creencias generales, indefinidas e indiferenciadas sobre los efectos del alcohol, en algunas ocasiones aumentan con la edad, la experiencia con el alcohol y la exposición familiar, social y cultural de las creencias acerca del alcohol; estas fuentes de información son las que ayudan con el aprendizaje acerca del uso del alcohol.

Interceden en el inicio del consumo y en el mantenimiento de este durante la adolescencia y también se correlacionan con los patrones de consumo tanto en este período como en la edad adulta con diferentes contextos poblacionales.

Existe un incremento en el consumo de los jóvenes al ingresar a la universidad, de ahí es donde nace la importancia del papel que juegan las expectativas en éste período donde se hace la transición hacia la vida adulta.

En el caso de los **estudiantes universitarios** se ha encontrado que las **expectativas** son mejores **predictores** de los **patrones de consumo** que las **variables demográficas**.

Mora-Ríos y Natera (2001) señalan que las **expectativas** están **relacionadas** con los **hábitos de consumo**; mientras que los estudiantes que tienen un **consumo moderado** tienen **expectativas** más orientadas hacia los efectos **positivos del consumo** y con las **interacciones sociales agradables** los jóvenes que consumen en **exceso** esperan que el alcohol **aumente las conductas sexuales** y de **agresión**, además de **eliminar la tensión**.

Los universitarios también tienen expectativas para otras personas ajenas a su ambiente ya que suponen que los efectos del alcohol serán menores en ellos que en el resto de la población; tanto en aspectos positivos como negativos.

En la población universitaria los resultados de las encuestas muestran que la relación entre bebedores y los problemas asociados al consumo aumentan con la edad.

Los **efectos** o **situaciones esperados** por el consumo de alcohol tienen mucha importancia en el **impulso** que siente un joven por beber. Puede decirse que las **motivaciones** se encuentran dentro de los **factores psicológicos** que **influyen** en el **consumo** de acuerdo con el **modelo ecológico**. Los factores psicológicos también pueden **relacionarse** con la **condición social del individuo**, una persona que tenga **dificultades para integrarse** en un grupo de personas tendrá **mayores expectativas sobre los efectos** sociales del consumo de alcohol por lo que **estará motivado a beber** para **facilitar el proceso** mediante el cual **entabla sus relaciones sociales** ya sea de amistades, compañeros de trabajo, pareja o amigos.

Chau (1999) expone un **modelo** del uso de alcohol en que señala que el **origen** de esta conducta es **motivacional**, debido a que una persona **decide consciente** o **inconscientemente** consumir alcohol, considerando si las consecuencias afectivas positivas de beber tendrán mayor peso que aquéllas de no hacerlo. La motivación se relaciona directamente con los incentivos que tenga otra persona en otras áreas de su vida y a los cambios que resultan de ellos. Esto no quiere decir que no existan otros factores que favorezcan el consumo de alcohol.

Existen dos maneras en las que el consumo del alcohol puede generar cambios afectivos y con respecto a éstas hay dos tipos de efectos correspondientes que las personas esperan obtener al beber. **La primera** es por el efecto químico directo del alcohol sobre las emociones. La cual el alcohol tiene efectos sobre el humor, que generalmente es descrito como *reducción de la tensión*, En general las personas consumen alcohol más por las expectativas que tienen sobre sus efectos (distensión) que por la acción farmacológica del alcohol en sí. **La segunda** manera es directa. Esta se produce cuando el alcohol toma un papel instrumental como incentivo en la interacción social de la persona para la obtención de una meta. Se considera que el incentivo se convierte en meta cuando una persona se compromete a seguirlo y adquiere un estado motivacional distintivo. Beber alcohol, especialmente cuando se hace en cantidades excesivas, cambia el afecto de las personas a su motivación por incentivos y su posterior motivación para seguir bebiendo o dejar de hacerlo.

Las motivaciones también pueden considerarse parte del modelo ecológico ya que se forman tanto de características internas como autoestima, habilidades sociales, autoeficacia y de externos como presión social y necesidad de pertenencia. La manera en que las motivación que tiene un joven para beber se relaciona con aquellas cosas que busca derivadas del efecto del alcohol en su organismo.

Chau (1999) retomando lo propuesto por Cox y Klingler (1988,1990) **propone estructura para categorizar los motivos del consumo a lo largo de dos dimensiones subyacentes donde se encuentra la valencia positiva o negativa y la fuente que puede ser interna o externa de los resultados que la persona espera obtener cuando bebe**. El resultado que se espera puede ser positivo

(reforzamiento positivo) o para evitar uno negativo (reforzamiento negativo). También puede deberse a recompensas internas como el manejo de los estados emocionales o a externas como la aceptación social y la aprobación. Al cruzar estas dos dimensiones se obtienen cuatro clases de motivos:

- a) Generados internamente; los motivos de reforzamiento positivo: sentirse bien, mejorar el estado de ánimo, estimulación.
- b) Generados externamente; los motivos del reforzamiento positivo: beber para obtener aceptación social.
- c) Generados internamente; los motivos del reforzamiento negativo: regular o reducir emociones negativas.
- d) Generados externamente; los motivos del reforzamiento negativo: beber para evitar censura social o rechazo.

Chau (1999) afirma que son dos los **motivos principales para consumir alcohol**; beber para **disminuir o regular el afecto negativo** y beber para **obtener recompensas sociales positivas** (llamados *motivos de afrontamiento* y *motivos sociales* respectivamente). Se conoce menos sobre el consumo como un medio para estimularse, para mejorar el estado de ánimo o para evitar consecuencias sociales negativas (llamados *motivos de estimulación* y *motivos de conformidad*).

Los **motivos sociales** están relacionados con el uso de alcohol ligero, poco frecuente, no problemático y en situaciones sociales; mientras que en las motivaciones relacionadas con afrontamiento se encuentran patrones de consumo intenso, problemático y solitario.

Los resultados esperados por el consumo de alcohol van de acuerdo a las necesidades, carencias y deseos de cada persona por lo que la situación psicológica en que se encuentre será un factor que ayudara a definir las expectativas antes y después del consumo.

La **condición psicológica** también está relacionada con la forma en que se comprende el medio social, la manera en que se reacciona a los estímulos y a las presiones que se ejercen para el consumo a la vez que el ambiente social también afecta el estado psicológico y la forma en que el sujeto plantea sus conceptos acerca del consumo.

Pons y Buelga (2011) aseveran que la probabilidad de consumo de alcohol y cannábicos se incrementa en aquellos adolescentes con una percepción negativa de sí mismos y de sus relaciones familiares, al igual que en los que poseen pocos recursos de **enfrentamiento del estrés** y para conseguir apoyo afectivo por parte de sus familias.

En general, el joven con dificultades para la formación positiva de su **autoestima** necesitará afirmarse ante el grupo y en el grupo, realizando aquellas conductas que fortalezcan su imagen y disminuyan la inseguridad. Un joven con **baja autoestima y alta necesidad de aprobación** estará fuertemente motivado a seguir aquellas conductas que lo identifiquen con sus pares, con la finalidad de afianzar su integración con ellos. Es así como el joven considera que es preferible definir y proteger su reputación que mantener un patrón de consumo abstinento o moderado.

Un componente de la autoestima es la percepción que tiene el individuo de las habilidades con las que cuenta para alcanzar el éxito en las metas que se propone y de mantener su curso de acción a pesar de los fracasos que experimente.

La **autoeficacia** es otro factor que está involucrado en la manera en que se perciben las variables que están relacionadas con el consumo, en especial las sociales y las psicológicas. Una persona con un nivel de autoeficacia positivo tendrá más confianza en sus capacidades para hacer frente a una situación desfavorable mientras que un joven que no perciba esas capacidades podría considerar al alcohol como un medio para evadir su problemática. También

contará con mejores habilidades para resistir la presión impuesta por su círculo social o para integrarse con sus semejantes sin contemplar al alcohol como un medio para hacer más sencillo el proceso de socialización.

De acuerdo con Barra y Olivari (2002) la autoeficacia se puede definir como la evaluación de las propias habilidades o competencias para desempeñar una conducta específica exitosamente o las creencias con que se cuentan para realizar una acción con ciertos resultados. En un sentido más general se comprende como la competencia personal para afrontar de forma exitosa una variedad de situaciones desafiantes para el individuo.

La teoría de la autoeficacia ha tenido una influencia considerable en la psicología de la salud en aspectos como el manejo de enfermedades crónicas, el consumo de drogas, la conducta sexual de riesgo, fumar, hacer ejercicio, bajar de peso y también la habilidad para recuperarse de problemas de la salud o para evitar potenciales riesgos para la salud.

López-Torrecillas, Salvador, Verdejo y Cobo (2002) mencionan que la autoeficacia percibida afecta los niveles de motivación y de logro del individuo a través de su capacidad para afrontar los cambios que se presentan en su vida. Esta teoría se basa en la distinción conceptual realizada por Bandura (1977) entre las expectativas de eficacia y de resultados.

La autoeficacia está relacionada con conductas adictivas ya sea para su desarrollo o prevención. Si los jóvenes perciben que el consumo trae consigo beneficios su eficacia y expectativas se verán enfocadas en aquellas conductas que les permitan iniciar o mantener el consumo.

López-Torrecillas, Salvador, Verdejo y Cobo (2002) basados en el trabajo de Diclemente, Fairhurst y Piotrowski (1995) plantean cinco auto-valoraciones de eficacia que están relacionadas con las conductas adictivas:

1. Autoeficacia de manejo: Hace referencia a la confianza en la **habilidad que se posee para enfrentarse a situaciones específicas** como la presión que ejercen los amigos para consumir o buscar otras medidas que no sean consumir para disminuir un estado emocional desfavorable.
2. Autoeficacia para la conducta de tratamiento: La confianza con que se cuenta para las **habilidades requeridas para lograr un cambio** personal, por ejemplo monitorear su comportamiento al consumir.
3. . Autoeficacia de recuperación: Comprendida como la **capacidad percibida para recuperarse de recaídas y los lapsos.**
4. Autoeficacia de control: La seguridad que se tiene para **moderar o controlar la conducta adictiva**, como evitar el consumo abusivo de alcohol.
5. Autoeficacia de abstinencia: Relativa a las **capacidades percibidas para abstenerse de consumir.**

López-Salvador, Torrecillas, Verdejo y Cobo (2002) basándose en la taxonomía propuesta por Marlatt, Baer y Quigley (1995) mencionan que existen otras capacidades percibidas que influyen en el consumo son las **creencias de eficacia** que intervienen para el inicio o para la modificación de conductas adictivas.

1. Autoeficacia de resistencia: La habilidad percibida para **resistir a la presión social** de beber o consumir drogas.
2. Autoeficacia para la reducción del mal: Capacidad para **moderar el consumo** una vez que se ha experimentado con la sustancia por primera vez.
3. Autoeficacia de acción: Confianza en las capacidades para **alcanzar la meta de consumo controlado o abstinencia.** Está relacionada con la modificación de la conducta o para el inicio del cambio.
4. Autoeficacia de manejo: En los casos donde hay dependencia a la sustancia se refiere a la **capacidad para resistirse a una recaída.**

5. Autoeficacia de recuperación: En las personas dependientes es la capacidad para **recuperarse después de una recaída**.

Las capacidades requeridas para conservar un patrón de consumo que no sea dañino además de estar relacionadas con la manera en que una persona controla la manera en que bebe también están involucradas en la forma en que hacen frente a las dificultades. **Una persona que cuenta y que percibe mayores y mejores habilidades para enfrentar una situación desfavorable tomará acciones más eficaces** a diferencia de una persona que no cuenta con una percepción positiva de sus facultades.

Chau (1999) de acuerdo con Lazarus y Folkman (1986) define al **afrontamiento** como un proceso, una relación cambiante entre la persona y el contexto; es de carácter dinámico y varía dependiendo de la situación.

El **afrontamiento comprende aquellos esfuerzos cognitivos y conductuales** que cambian constantemente que se desarrollan para manejar las demandas específicas externas y/o internas que son evaluadas como excedentes o desbordantes del individuo.

La **relación entre afrontamiento y uso de sustancias psicoactivas** difiere de los modelos estrictamente conductuales, en los que se interpreta al uso de sustancias como una conducta adquirida, aprendida y que se mantiene en respuesta a las señales y presiones sociales; o de los modelos de desviación, los cuales interpretan el uso de dichas sustancias como una forma de conducta desviada motivada por el rechazo de los valores sociales convencionales y la adopción de un estilo de vida desviado. Los modelos de afrontamiento no rechazan del todo esta evidencia, postulan la existencia de otros factores que predicen el incremento de riesgo de la persona.

Existen tres **funciones del afrontamiento**, de los efectos fisiológicos de su uso y de los estudios de los motivos percibidos para usar tabaco y alcohol.

La primera postula la **regulación directa del afecto**, esto es que la sustancia produce cambios en los estados afectivos. Uno de ellos es la **reducción de la tensión** por el uso de alcohol. La segunda postula que el uso de sustancias proporciona **distracción de los problemas**, a través de los procesos fisiológicos que operan desviando la atención, temporalmente de la conciencia displacentera. La última plantea que el uso de las sustancias proporciona un **mejor nivel de desempeño a través de los efectos fisiológicos** que produce el consumo.

Hay modelos que combinan algunas de las funciones del afrontamiento con las expectativas que genera el consumo, uno de ellos es el modelo transaccional de Lazarus y Folkman (1986) citado por Chau (1999). Esta teoría señala que los individuos tienen expectativas sobre la posible efectividad de las respuestas de afrontamiento en su repertorio de conductas. El modelo predice que ambos tipos de afrontamiento centrado en el problema en el caso del uso de sustancias, reduce el nivel de problemas que podría crear el estrés, y el afrontamiento centrado en la emoción reduce el nivel de malestar emocional interno.

En el **modelo de aproximación evitación** la principal distinción es entre las respuestas que involucran inversión de esfuerzo al tratar con el problema versus respuestas en las cuales la persona no invierte esfuerzos. Respuestas tales como afrontamiento focalizado en el problema, también llamado conductual o acción directa, afrontamiento cognitivo, también llamado evaluación y afrontamiento social o búsqueda de soporte social son todos agrupados bajo el modelo *afrontamiento de aproximación* debido a que involucran inversión activa de esfuerzo en el proceso de afrontamiento.

En contraste se encuentra el **afrontamiento evitativo** que incluye respuestas tales como distracción, abandono, desentendimiento mental y conductual, enfocar

y liberar emociones. En algunos estudios, el uso de drogas está explícitamente incluido en esta categoría debido a que se agrupan con empíricamente con otros mecanismos evitativos.

El **modelo de afrontamiento de abuso** de sustancias asume que una persona tiene un mayor riesgo del uso de sustancias debido a los factores de temperamento (alto nivel de actividad), factores sociales (ambiente con pocos modelos adaptativos de habilidades de afrontamiento), o factores estresantes (muchos eventos de vida negativos). Estos factores incrementan el nivel de vulnerabilidad debido a que elevan el malestar (distress) subjetivo, reducen el reforzamiento del ambiente social y hacen que el uso de sustancias se perciba como una opción más atractiva. Estas funciones del afrontamiento incluyen regulación de los estados afectivos y distracción de la conciencia displacentera de la situación.

Los tipos activos de afrontamiento por el contrario, son predictivos de la disminución de riesgo. Un acercamiento a la solución de problemas es más probable que resuelva las situaciones donde hay conflicto, incrementa los sentimientos de autoeficacia y autoestima e incluso atraiga a otros a ayudar en el proceso de solución de problemas.

La **interacción social** también interviene en la manera en que el sujeto resuelve la presión social que se ejerce sobre él para que participe en la conducta de consumir sustancias.

La **autoestima** por su parte brinda habilidades para afrontar la presión social. Un nivel de autoestima elevado disminuirá las preocupaciones en el aspecto de ajustarse a las demandas del medio social en o de ser rechazado por no adoptar la conducta de la mayoría, por el otro lado alguien que cuente con un grado de autoestima menor verá al consumo de alcohol como una forma de integrarse más efectivamente en su ambiente y de sobrellevar la manera en que se percibe.

En el aspecto social las motivaciones se verán afectadas por la necesidad de integrarse a un grupo determinado, para evitar ser rechazado o para tener más confianza al momento de interactuar con los demás. La presión social que se ejerce para ajustarse a la mayoría del grupo puede causar un impacto en la autoestima lo que ocasiona que el deseo de integrarse sea una motivación para el consumo.

Lodoño y Valencia (2010) señalan que el joven se enfrenta a **dos tipos de presión de grupo**, una que es **directa** que corresponde a la actitud abierta de los pares de conductas que incitan al consumo, que pueden ser burlas, peticiones o acciones manifiestas para que el joven acceda a beber y otra **indirecta** que proviene de las normas, creencias y acciones que de manera tácita los medios y el grupo social impone. Este tipo de presión también se compone de acciones como son: el consumo de pares y pareja, rechazo social del joven no consumidor y mayor reconocimiento a quienes ingieren grandes cantidades de alcohol.

La presión que ejerce el círculo social no es el único factor externo que se relaciona con el consumo de alcohol. La imagen que proyectan los medios de comunicación sobre los beneficios sociales que se obtienen del consumo también tienen importancia en el aspecto en que los jóvenes forman un concepto sobre las ventajas de consumir alcohol.

Las características y situaciones incluidas en el modelo ecológico (fig. 1) toman especial importancia para comprender que el consumo de alcohol parte de las particularidades personales y estos rasgos a su vez tienen influencia en la forma en que una persona comprende y evalúa las motivaciones que están detrás de su conducta de beber.

En el caso del medio social las características personales definen la manera en que alguien se relaciona con las demás personas, sus valores, la necesidad de aceptación que tendrá para pertenecer a un grupo determinado y la forma en que lidia con la presión que siente para consumir.

Finalmente las características del alcohol, principalmente los efectos, determinan los motivos por los cuales se bebe además y estas motivaciones a su vez establecen con qué frecuencia que se consumirá y la cantidad de alcohol que se ingerirá por ocasión

Modelo ecológico para el consumo de alcohol

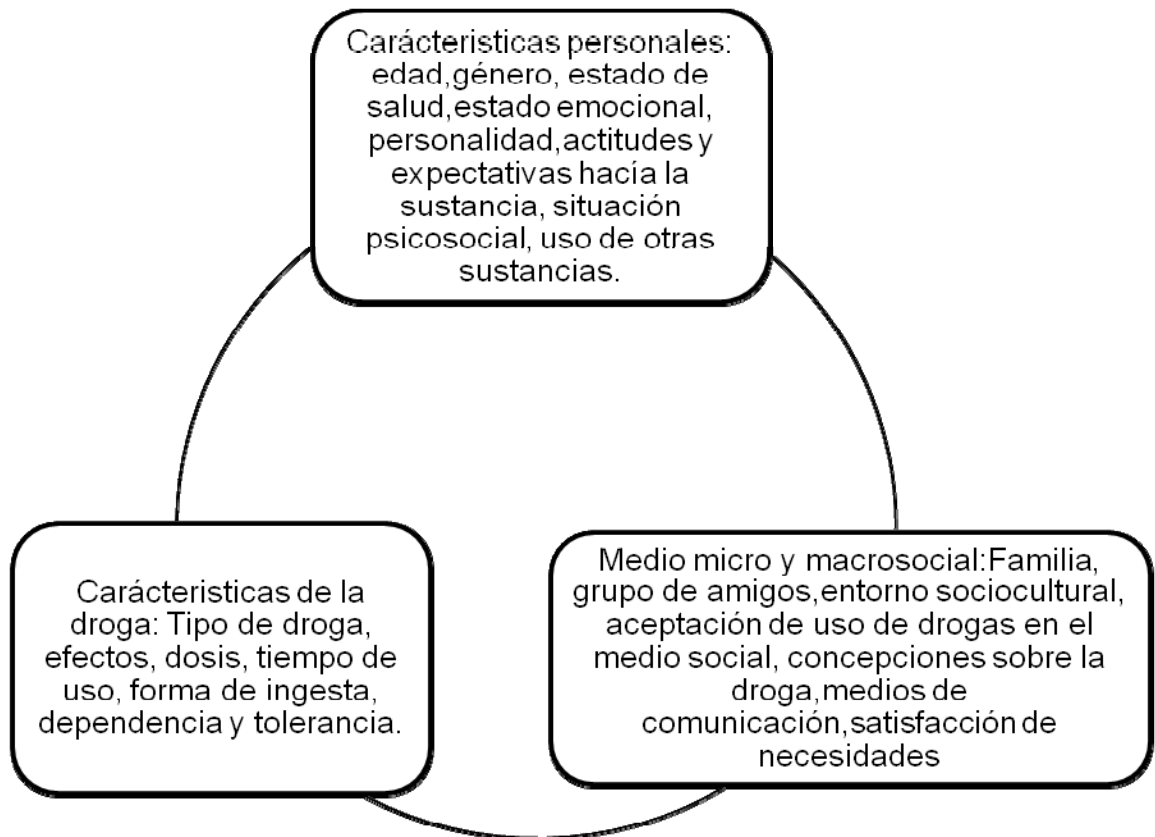


Fig.1

3. METODOLOGÍA

3.1 Importancia del estudio.

El consumo de alcohol por parte de los jóvenes es una cuestión que ha captado la atención de especialistas en diversas disciplinas de la salud y de las ciencias sociales. En México la conducta de beber en este sector de la población ha cobrado mayor importancia debido a las características alrededor de este fenómeno que van desde una edad más temprana en que se empieza el consumo, ocasiones de consumo en exceso, accidentes y enfermedades relacionadas con los efectos del alcohol y conductas que atentan contra la salud del consumidor y terceros.

El trabajo pretende enriquecer la información con la que se cuenta respecto al consumo de alcohol en los universitarios. A diferencia de los estudios epidemiológicos donde se enfocan principalmente a explicar las causas biológicas y psicológicas de la conducta de beber sin contemplarlo desde una perspectiva global donde las características psicológicas y el contexto social donde la persona se desenvuelve intervienen en la decisión de beber.

La importancia del estudio reside en describir las relaciones existentes entre la condición psicológica y el entorno social con el consumo de alcohol en los jóvenes. Lo cual permitirá en mediano y en largo plazo implementar medidas para la prevención del consumo de alcohol en jóvenes que estén en situación de riesgo hacia presentar patrones de consumo perjudiciales.

3.2 Planteamiento del problema.

Por lo anteriormente expuesto el presente trabajo pretende examinar ¿cuáles son los factores psicológicos y sociales que influyen en la decisión de beber por parte de los estudiantes de la FES Zaragoza? así como indagar sobre los **hábitos de consumo** de la población en lo referente a **cantidades, periodicidad y lugares de consumo**.

3.3. Hipótesis de investigación

Los factores psicológicos y sociales están relacionados con la manera en que los estudiantes universitarios perciben el consumo de alcohol y también en la decisión de beber.

3.4 Objetivos.

Objetivo general.

- Explorar los factores psicosociales relacionados con la conducta de beber en los estudiantes universitarios.

Objetivos particulares.

Indagar acerca del componente social de la conducta de beber alcohol.

Conocer los hábitos de consumo por parte de los estudiantes de la FES Zaragoza.

Ubicar los patrones de consumo que practican los estudiantes de la FES Zaragoza.

3.5 Variables de estudio:

Definición teórica:

- **Motivos generados internamente; los motivos de reforzamiento positivo:** relajación física y mental, obtener estados de ánimo agradables y estimulación.
- **Motivos generados externamente; los motivos del reforzamiento positivo:** beber para ser aceptado en el ámbito social.
- **Motivos generados internamente; los motivos del reforzamiento negativo:** beber para sobrellevar o reducir emociones negativas.
- **Motivos generados externamente; los motivos del reforzamiento negativo:** beber para evitar ser rechazado Chau (1999).

Definición operacional:

- **Motivos generados internamente; los motivos de reforzamiento positivo.** Beber para obtener sensaciones físicas agradables, mejorar o incrementar estados de ánimo agradables.
- **Motivos generados externamente; los motivos del reforzamiento positivo:** Beber para ser aceptado por amistades.
- **Motivos generados internamente; los motivos del reforzamiento negativo:** Beber para poder lidiar o evitar emociones desagradables.
- **Motivos generados externamente; los motivos del reforzamiento negativo:** Beber para evitar ser rechazado o ceder a la presión de amistades.

3.6 Tipo de estudio.

Correlacional transversal.

3.7 Población y muestra.

La población estuvo compuestas por los estudiantes de la FES Zaragoza inscritos en el ciclo escolar 2013. Se consideraron todas las carreras que se imparten.

- Biología
- Cirujano dentista
- Enfermería
- Ingeniería química
- Médico cirujano
- Psicología
- Química farmacéutica biológica.

La muestra se elaboró con base en las listas preliminares de alumnos (2014, 2014-1). El muestreo fue aleatorio estratificado. Las muestras proporcionales estuvieron divididas en 50% de varones y 50% de mujeres. Finalmente la muestra quedó conformada por 362 estudiantes universitarios, 40 pertenecían a la carrera de Médico cirujano, 88 por parte de Psicología, 66 de Cirujano dentista 49 de enfermería, 45 de Biología, 43 de Ingeniería Química y 31 participantes de la carrera de Química farmacéutica biológica.

3.8 Criterios de inclusión y exclusión.

Que el estudiante mencionara haber consumido alcohol al menos una vez en el último año.

En caso de que el estudiante estuviera bajo los efectos del alcohol no se le aplicaría el instrumento.

3.9 Instrumentos

Se realizó una modificación al Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) diseñado por Cooper en 1994 (Anexo 1.). El instrumento está compuesto

por 20 reactivos que evalúan los motivos que tiene una persona para consumir alcohol.

Para lograr los objetivos del trabajo se agregaron reactivos que proporcionaran más información acerca de las motivaciones psicológicas y sociales que intervienen para que se dé la conducta de beber. También se incorporó un cuestionario para recabar información acerca de las cantidades, frecuencia, lugares y situaciones en que se da el consumo.

El instrumento se validó por medio de juicio de expertos además de la aplicación de una prueba de fiabilidad en la que obtuvo un alfa de Cronbach de .947.

En la tabla 1 se muestra la forma en que se compuso el instrumento. Los reactivos están divididos en 4 categorías que a su vez se dividen en 2 sub categorías. Los reactivos marcados con asterisco (*) son los que se agregaron con el fin de obtener más información

Las categorías están basadas en las motivaciones propuestas Cox y Klingler (1988, 1990). Estas categorías comprenden primeramente los motivos generados de forma interna y externa. Las motivaciones de origen interno comprenden la forma en que el estudiante evalúa su situación psicológica y social y de ahí es que toma la decisión de beber. Por el otro lado las motivaciones originadas externamente están enfocadas al contexto social en el que el joven se desenvuelve y la manera en que esa interacción afecta su estado psicológico.

A su vez las motivaciones están orientadas por expectativas hacia resultados positivos o bien a eliminar o evitar situaciones negativas.

Finalmente cada motivación está dividida por dos subcategorías, emocional y situacional. La subcategoría “emocionales” está integrada por los reactivos que evalúan la forma en que la condición psicológica interviene en la decisión de beber. En contraparte la subcategoría “situacionales” contiene a los reactivos que presentan diversos escenarios sociales en donde la conducta de beber puede presentarse.

También se agregó un cuestionario donde se recaba información sobre la frecuencia con la que bebe el estudiante, la cantidad que consume por ocasión y lugares y situaciones predilectas para el consumo (Anexo 2.)

Tabla 1.
Reactivos por categoría y subcategoría

Categoría	Subcategoría	Ítems
Influencia de los motivos generados externamente que están orientados hacia expectativas sobre resultados positivos	Situacionales	8,*41,*32,*30,10,*43,*40
Influencia de los motivos generados internamente que están orientados hacia expectativas sobre resultados positivos.	Emocionales	35,29,18,*22,*16,2,*12
Influencia de los motivos generados externamente que están orientados hacia expectativas sobre resultados positivos	Emocionales	25,11,*4,*26,14,34,*21,*46,24,42
Influencia de los motivos generados internamente que están orientados hacia expectativas sobre resultados positivos.	Situacionales	*37,28,*13
Influencia de los motivos generados externamente orientados a expectativas para eliminar/evitar situaciones negativas.	Emocionales	*38,*50,*5,*49
Influencia de los motivos generados internamente orientados a expectativas para eliminar/evitar situaciones negativas.	Emocionales	39,27,7,*45,*33,*31,*23,*36,*20,*1
Influencia de los motivos generados externamente orientados a expectativas para eliminar/evitar situaciones negativas	Situacionales	9,15,*17

Influencia de los motivos generados internamente orientados a expectativas sobre efectos del alcohol en el cuerpo	Situacionales	44,*48,3,47,*19,*6
---	---------------	--------------------

4. Análisis de resultados

El objetivo principal del estudio es conocer la forma en que los factores psicosociales intervienen en la decisión de beber. Como primer paso para lograr este objetivo es prudente considerar el nivel de consumo que hay actualmente en la facultad. Esto permitirá identificar los hábitos de consumo de los estudiantes e incluso ubicar patrones de consumo considerados desadaptativos.

Con el fin de conocer los hábitos de consumo de los estudiantes en lo referente a la frecuencia con la que se consume alcohol se obtuvieron los porcentajes de las ocasiones que acostumbran beber.

El **53.4%** de los estudiantes de la FES Zaragoza consumen alcohol de **2 veces al mes hasta 3 veces a la semana**. Este patrón de consumo está considerado como el de un bebedor regular al consumir alcohol al menos una vez a la semana. En una menor proporción se encuentran los bebedores ocasionales con un **44.7%** que acostumbran **beber una vez al mes**.

El **12.57%** mantiene un patrón de consumo desadaptativo al consumir alcohol **de 2 veces a la semana hasta 4 más veces por semana** (Figura 2)

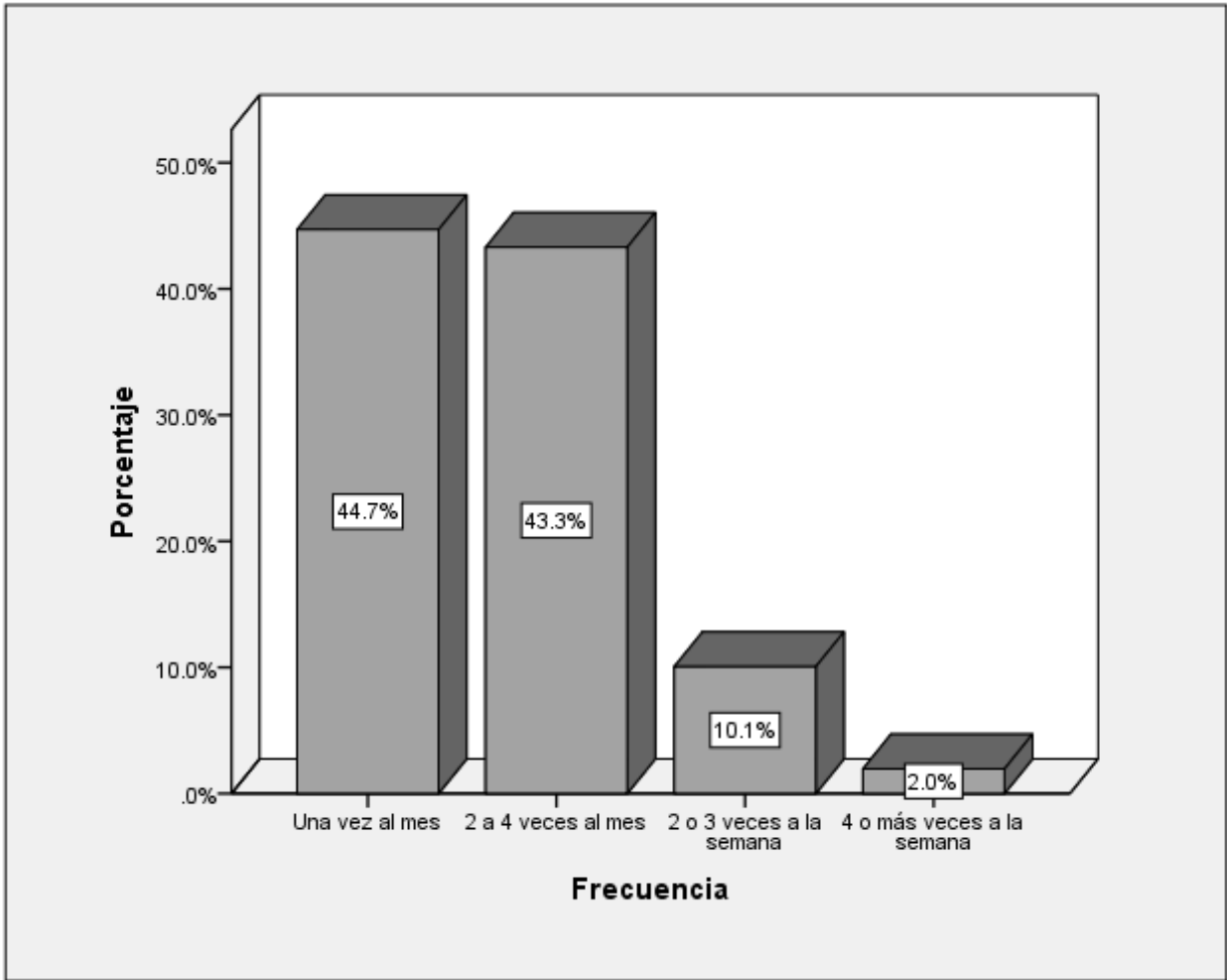


Figura 2. Frecuencia de consumo de los estudiantes de la FES Zaragoza

Para obtener más información acerca de las preferencias de consumo en los estudiantes se obtuvieron datos sobre la cantidad de alcohol que ingieren por ocasión de consumo.

De acuerdo con los resultados el **59.3%** acostumbra consumir **3 bebidas como mínimo pudiendo llegar a tomar hasta 9** por cada evento en que ingiere alcohol. La frecuencia y cantidades de consumo indica que un porcentaje importante de los participantes son bebedores regulares y una proporción menor tiene un patrón de consumo excesivo episódico al beber de forma excesiva por cada ocasión de consumo (Figura 3).

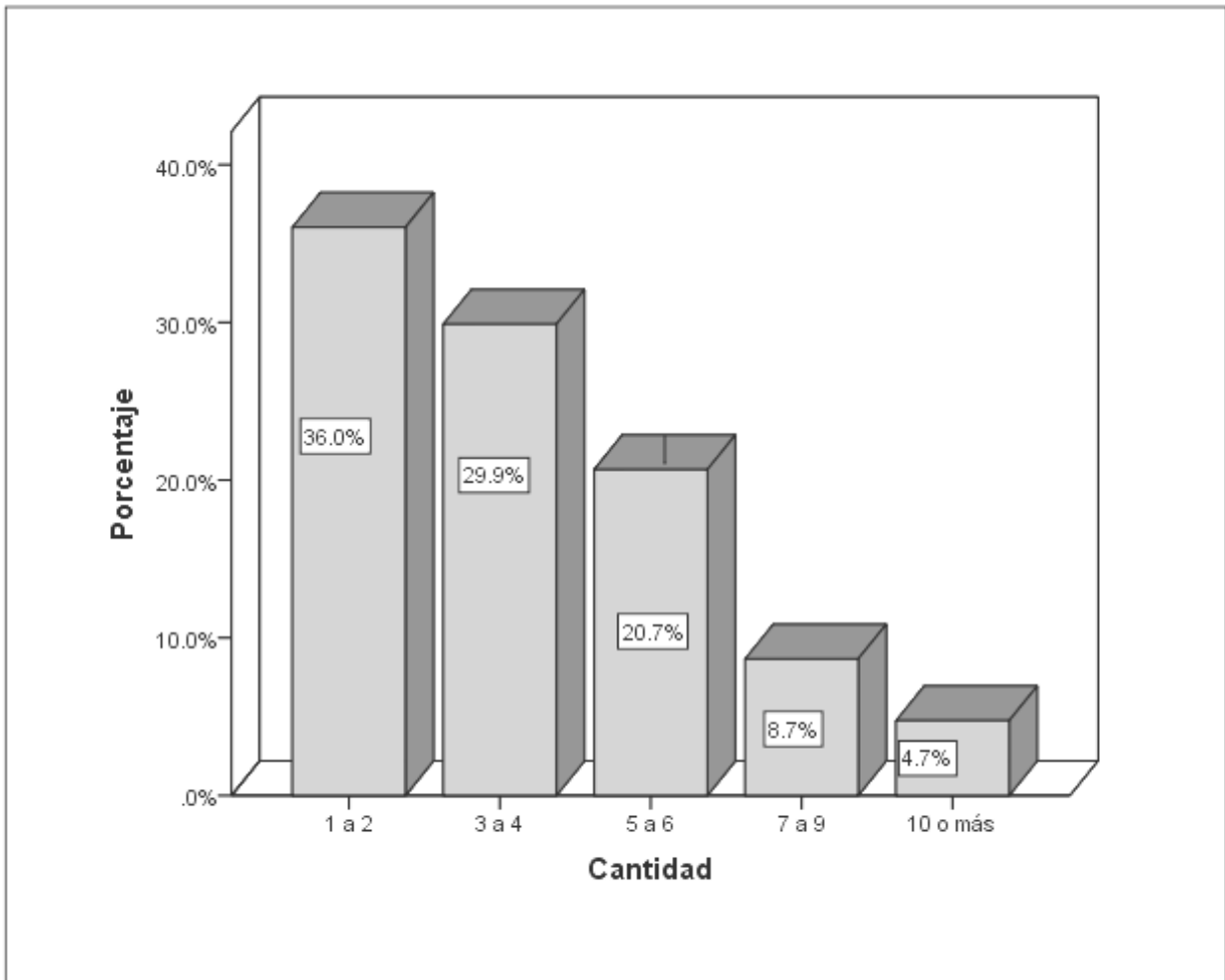


Figura 3. Cantidad de consumo por evento en los estudiantes de la FES Zaragoza
 Al observar los datos cobra importancia el hecho de que a pesar de que poco más del 50% los estudiantes son bebedores regulares y que en menor proporción se encuentran los que consumen ocasionalmente al momento de observar el volumen de alcohol que beben por cada evento es notable que lo hace de forma excesiva.

El lugar preferido por parte de los estudiantes para beber son los bares teniendo una preferencia del 45% sobre otros sitios de consumo. Esto muestra el componente social de la conducta de beber especialmente al tomar en cuenta que el porcentaje de los que señalaron que bebían solos es casi nulo (Figura 4)

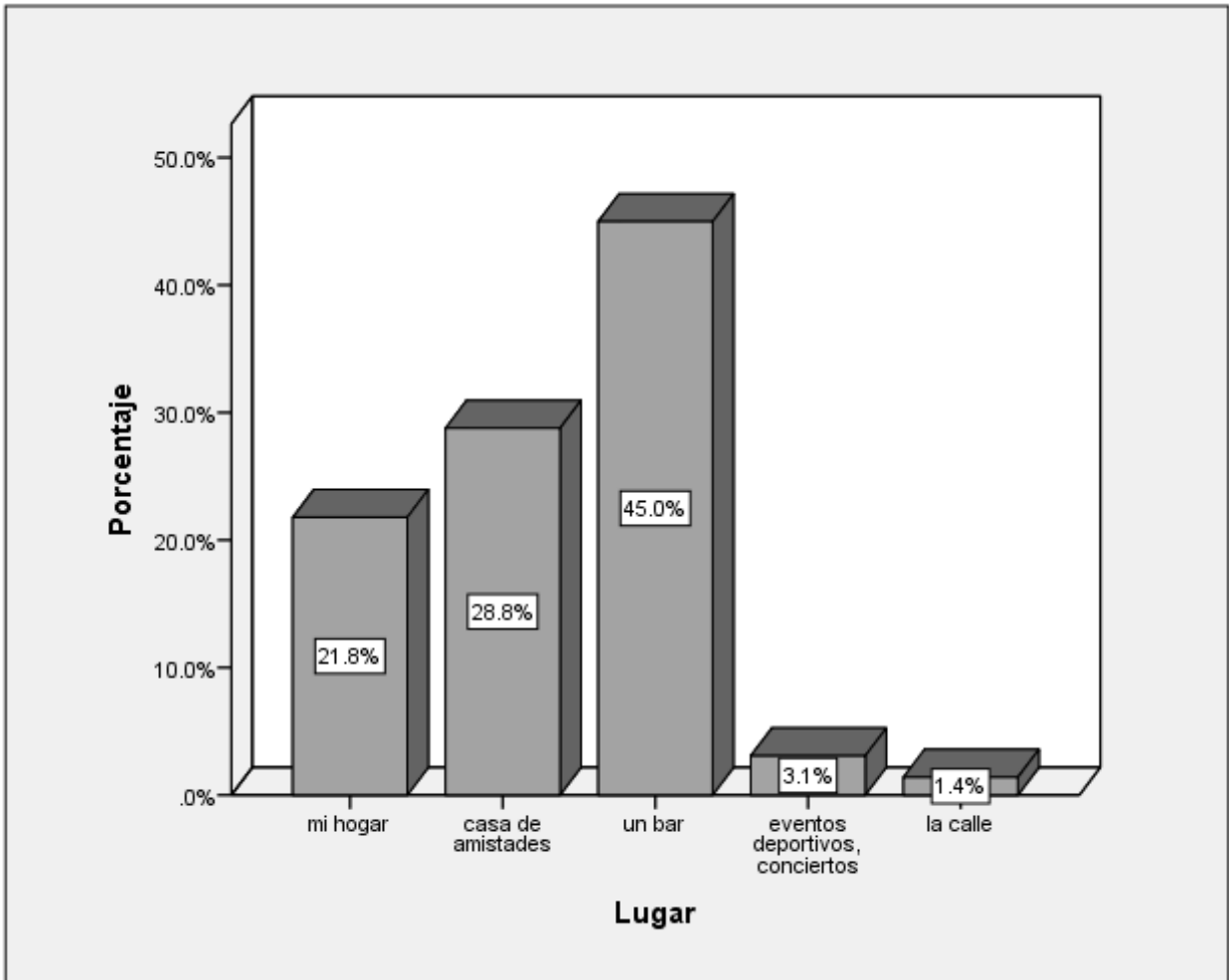


Figura 4. Preferencia de lugares de consumo en los estudiantes de la FES Zaragoza

En la tabla 2 se muestra la frecuencia con la que consumen los estudiantes en función de su género.

Los hombres que acostumbran consumir de una a cuatro veces por mes están representados con un 44.69% mientras que las mujeres con el mismo hábito de consumo son el 43.29% de la muestra.

Tabla 2.

Porcentaje de frecuencia de consumo por género

Frecuencia	Hombre	Porcentaje	Mujer	Porcentaje
Una vez al mes	83	23.18%	77	21.50%
2 a 4 veces al mes	77	21.50%	78	21.78%
2 a 3 veces a la semana	21	5.86%	15	4.18%
4 o más veces a la semana	5	1.40%	2	0.55%

Tabla 1

En la tabla 3 se muestra la cantidad de bebidas que acostumar beber los estudiantes por evento.

El 31.84% de los hombres acostumbran consumir de una hasta 4 copas por ocasión de consumo mientras que el porcentaje de mujeres que consumen la misma cantidad por evento es del 34.07%.

Tabla 3.

Volumen de consumo por género

Cantidad	Hombre	Porcentaje	Mujer	Porcentaje
1 a 2	64	17.78%	65	18.15%
3 a 4	50	13.96%	57	15.92%
5 a 6	41	11.45%	33	9.21%
7 a 9	19	5.30%	12	3.35%
10 o más	12	3.35%	5	1.39%

Al observar la cantidad y la frecuencia con la que los estudiantes consumen alcohol puede decirse que no hay una diferencia significativa entre los hábitos de consumo de los varones y las mujeres.

Una vez que se han identificado los patrones de consumo por parte de los estudiantes es necesario profundizar en la manera en que estos hábitos están

relacionados con la situación particular de cada joven. La necesidad de ser aceptados por sus compañeros, su dificultad para adaptarse a nuevos medios sociales, la presión que ejercen sus amigos y la necesidad de evitar situaciones desagradables pueden ser condiciones que definen la forma en que contemplan la conducta de beber.

En la tabla 4 se muestran las categorías en las que se encontró correlación significativa con la frecuencia y la cantidad que se bebe.

Se observa que se obtuvieron correlaciones débiles que se dan de forma negativa debido a que las probabilidades obtenidas fueron menores a .05

De acuerdo con la tabla las categorías de motivos generados internamente tienen mayor influencia en la frecuencia con la que los estudiantes consumen alcohol.

Tabla 4.
Categorías de los reactivos correlacionados con la frecuencia de consumo.

Variable	Categoría	Correlación de Pearson	P
¿Con qué frecuencia consumes bebidas alcohólicas?	Grado de influencia de los motivos generados externamente orientados a expectativas sobre resultados positivos situacionales.	-.210	.000
	Grado de influencia de motivos generados internamente orientados a expectativas para eliminar/evitar situaciones negativas emocionales.	-.161	.002
	Grado de influencia de los motivos generados externamente orientados a resultados positivos emocionales.	-.155	.003
	Grado de influencia de motivos generados internamente orientados a expectativas por resultados positivos situacionales.	-.309	.000
	Grado de influencia de los motivos generados internamente orientados a expectativas sobre resultados positivos emocionales.	-.148	.005
	Grado de influencia de los motivos generados internamente orientados a evitar y/o eliminar situaciones negativas situacionales.	-.117	.027

En la tabla 5 se muestran las variables en las que se encontró correlación con la cantidad de bebidas consumidas por ocasión de consumo.

Tabla 5.

Categorías de los reactivos corelacionados con la cantidad de consumo.

Variable	Categoría	Correlación de Pearson	P
¿Cuántas bebidas consumes cuando bebes?	Grado de influencia de los motivos generados externamente orientados a expectativas sobre resultados positivos situacionales.	-.231	.000
	Grado de influencia de los motivos generados externamente orientados a expectativas sobre resultados positivos emocionales.	-.165	.002
	Grado de influencia de los motivos generados internamente orientados a evitar y/o eliminar situaciones negativas situacionales.	-.254	.000
	Grado de influencia de los motivos generados internamente orientados a evitar y/o eliminar situaciones negativas emocionales.	-.199	.000
	Grado de influencia de los motivos generados internamente orientados a expectativas sobre resultados positivos emocionales.	-.201	.000
	Grado de influencia de los motivos generados internamente orientados a expectativas sobre resultados positivos situacionales.	-.354	.000

Las categorías en las que los motivos fueron generados internamente son los que tienen mayor influencia en la cantidad de alcohol que consumen los jóvenes universitarios.

En la tabla 6 se muestran las diferencias en que influyen las motivaciones por género. Es decir, aunque en el volumen y la frecuencia de consumo no se encontraron diferencias significativas por el género de los estudiantes si se encontraron algunas diferencias en la forma en que las diversas motivaciones los afectan.

Tabla 6.

Influencia de los motivos psicosociales por género

Categoría	Media	Sig. Bilateral
Motivos generados internamente orientados a hacia expectativas sobre resultados positivos emocionales	Hombres: 2.55 Mujeres: 2.64	.094
Motivos generados externamente orientados resultados positivos emocionales	Hombres: 2.52 Mujeres: 2.71	.000
Motivos generados externamente orientados expectativas eliminar situaciones negativas emocionales	Hombres: 2.56 Mujeres: 2.76	.001

Se puede decir que a pesar de que los patrones de consumo en lo referente a cantidad y frecuencia no varían con respecto al género de los estudiantes hay diferencias en las motivaciones que encuentran para que decidan beber. En las mujeres las motivaciones generadas internamente y externamente orientadas hacia resultados positivos emocionales y a eliminar o evitar situaciones emocionales negativas son las de mayor influencia en sus hábitos de consumo.

De forma general puede decirse que las motivaciones que los jóvenes universitarios derivan en gran medida por la manera en que su entorno social afecta su condición psicológica. Por ejemplo, la presión social es un elemento importante para que el joven considere beber, siempre y cuando esa presión lo afecte psicológicamente. Por otro lado el que ellos se sientan cómodos en un ambiente social o que perciban su situación psicológica como positiva disminuirá la motivación que sientan para beber.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados indican que el género no influye en los hábitos de consumo de alcohol en los estudiantes en cuanto a la cantidad y frecuencia con que acostumbran beber. Esto contrasta con lo mencionado por Maldonado (2009) que señala que la frecuencia en la que consumen los hombres es mayor que la de las mujeres.

Los resultados obtenidos concuerdan con lo mencionado por Pons y Buelga (2011) que afirman que la decisión de beber alcohol es de origen multifactorial puesto que las situaciones que intervienen para que se dé el consumo no se reducen simplemente a las características personales ya que también intervienen la forma en que una persona se relaciona a nivel familiar y grupal.

Las categorías en las que se encontraron relaciones con la cantidad y frecuencia de consumo brindan mayor información acerca de cómo es que los universitarios optan por beber y en qué ocasiones o situaciones consideran que el consumo de alcohol tendrá un beneficio en ellos.

Se encontró una correlación negativa débil entre la frecuencia y la cantidad de consumo con la influencia de los motivos generados externamente orientados a expectativas sobre resultados positivos situacionales.

Una manera en que los grupos en donde el joven interactúa intervienen para que opte por beber es por medio de la presión que ejercen sobre él. En la presión social se encuentran situaciones como querer complacer a las amistades, ceder a la insistencia de sus amigos a beber o porque en su círculo social se considera una conducta normal.

Al encontrarse una correlación negativa con los reactivos que evalúan las ocasiones donde se cede a la presión ejercida por sus pares, un joven que no sienta la necesidad de tener que complacer a sus amistades que le incitan a que beba o que no sienta ansiedad ante el posible rechazo no calificará al alcohol como una herramienta para mantener un lugar en su medio social. En contraparte alguien que no cuente con las habilidades de afrontamiento adecuadas o que

cuenta con una baja autoestima cederá más fácilmente y frecuentemente a la presión de beber o continuar bebiendo.

Es importante no perder de vista a los estudiantes que presentaron un patrón de consumo excesivo ya que es precisamente en el ambiente social donde su conducta pasará por normal e incluso puede ser deseable para otros jóvenes convivir con él.

También se encontró correlación con los motivos generados internamente orientados a expectativas por resultados positivos situacionales con la frecuencia y cantidad de consumo.

Esta conexión entre las variables se puede traducir en que si una persona califica su medio social como acogedor y receptivo hacia su persona no considerará necesario beber para cimentar lazos afectivos entre sus semejantes, pero si llega a encontrarse en un grupo donde éstas características no se presentan, puede llegar a considerar que el consumir alcohol hará que cambie la forma en que sus semejantes lo integren a su grupo como menciona Cicua y Muñoz (2008) respecto al papel tan decisivo que puede jugar el alcohol en el proceso de socializar especialmente en el momento de seleccionar amistades o siendo excluidos cuando se rehúsan a consumir.

La correlación negativa señala que si el estudiante se encuentra en una situación que es considerada adversa y que hace que su estado emocional se vea afectado por las opiniones o acciones de sus congéneres tendrá mayores probabilidades de consumir alcohol. Podría decirse que si el sujeto tiene expectativas sobre la forma en que desea integrarse más fácilmente a un nuevo círculo de amigos sea más probable que la cantidad de eventos en los que consumirá alcohol aumente, es decir que si alguien lo invita constantemente y él no es capaz de afrontar las consecuencias emocionales que le trae el negarse a asistir optará por acudir a eventos donde sabe que se consumirá alcohol.

De acuerdo con Cicua y Muñoz (2008) se puede afirmar que alguien que no cuenta con las herramientas para afrontar ese malestar emocional y la censura social que le trae el negarse a beber sea más proclive a aceptar futuras invitaciones a beber.

La correlación negativa entre los motivos generados internamente orientados a evitar y/o eliminar situaciones negativas situacionales con la cantidad y frecuencia de consumo hace visible que los jóvenes que no cuentan con habilidades sociales óptimas o con herramientas de afrontamiento efectivas encontrarán en el alcohol una forma de afrontar situaciones en las que se perciben superados psicológicamente como lo mencionan Pons y Buelga (2011) al señalar que los jóvenes que tienen una percepción pobre sobre sí mismos y que no cuentan con las capacidades para afrontar situaciones estresantes tendrán más probabilidades de ser consumidores de alcohol.

Las motivaciones que llevan a los estudiantes de la FES a consumir alcohol coinciden con lo que mencionan López-Salvador et al. (2002) sobre la autoeficacia. En el caso de la comunidad universitaria pueden encontrarse personas con un bajo nivel de autoeficacia de manejo, ya que no perciben tener la confianza necesaria para enfrentarse a escenarios sociales adversos como pueden ser la presión que ejercen sus amigos o la posibilidad de rechazo al negarse a beber.

De la misma forma presentan problemas relacionados con la autoeficacia de control y de abstinencia. Ya que al enfrentarse a contextos sociales donde el consumo se ve como algo normal dentro de la interacción o donde hay mucha presión por parte de sus semejantes lejos de controlar la forma en que consumen asumirán que la situación en la que se encuentran les demanda beber.

También muestra la manera en que los jóvenes ven al alcohol como un instrumento para sentirse más seguros en la interacción social o para tener más libertad para expresar cosas que no harían normalmente. Igualmente es interesante ver la manera en que utilizan el alcohol para mantener estados agradables de ánimo o incluso que lo consideran un elemento inherente a las fiestas en las que participan.

La autoeficacia de resistencia también es vital para moderar la forma que se da el consumo en eventos sociales, ya que de acuerdo con los resultados obtenidos los jóvenes que estudian en la FES no cuentan con habilidades suficientes para hacer

frente a la presión que se ejerce sobre ellos cuando se encuentran en los eventos donde saben que habrá alcohol disponible.

La autoeficacia está ligada al proceso de afrontamiento. De acuerdo con las motivaciones principales que encuentran los universitarios para beber, se puede afirmar que lo mencionado por Chau (1999) basada en el modelo transaccional de Lazarus y Folkman (1986) es cierto, al mencionar que las habilidades de afrontamiento están vinculadas con las expectativas por los efectos del consumo.

Con base en los resultados y el análisis de los datos obtenidos se confirma que el modelo ecológico propuesto por Pons y Buelga (2011) se ajusta a la manera en que los estudiantes de la FES Zaragoza contemplan el consumo de alcohol. Sin embargo es importante rescatar el hecho de que aunque todos los factores incluidos en el modelo intervienen en la decisión de tomar, son los que consideran las expectativas en el medio social los que tienen más peso en la decisión de beber y a su vez afecta en la forma en que los estudiantes visualizan el consumo de alcohol en términos de cómo es que el alcohol puede ayudarlos cuando perciben que sus habilidades sociales no son óptimas para integrarse a un grupo determinado, la poca tolerancia hacia manifestaciones de rechazo por parte de sus compañeros y la manera en que tienen vinculados íntimamente las reuniones y fiestas con el consumo.

Las correlaciones negativas halladas entre los motivos generados internamente orientados a expectativas para eliminar/evitar situaciones negativas emocionales entre la cantidad y frecuencia de consumo confirman lo mencionado por Moysen et al.(2012) señalan que el consumo de alcohol aumentará si el joven tiene creencias positivas sobre los efectos del alcohol, especialmente si comprenden al alcohol como un facilitador para la interacción social y para eliminar ansiedad psicológica.

Es válido afirmar que cuando un joven comprende su situación emocional como positiva o que no siente algún malestar físico tiende a beber menos. En el caso opuesto de que no tenga las herramientas psicológicas o habilidades de afrontamiento óptimas para enfrentar estados emocionales desfavorables, el joven

contemplara el alcohol como un medio de evasión o para atenuar emociones desagradables.

Los resultados confirman lo propuesto por Lazarus y Folkman (1986) citado por Chau (1999) quienes afirman que los jóvenes que tienden a ejercer un proceso de afrontamiento evitativo, tienen más expectativas sobre los efectos positivos que el alcohol tendrá para mejorar su estado de ánimo y la forma en que les auxiliará a sobrellevar situaciones o sentimientos desagradables.

Por otra parte un joven que cuente con mayores herramientas psicológicas tendrá menores expectativas hacia el consumo de alcohol como método para mejorar su estado emocional o para confrontar escenarios sociales desalentadores.

Esto toma más sentido al encontrar que también se halló una correlación negativa con los motivos generados externamente orientados a expectativas sobre resultados positivos emocionales con la cantidad y frecuencia de consumo. De esta forma puede afirmarse que las expectativas del estudiante hacia el consumo de alcohol sea la de obtener un facilitador para la interacción social no le cause malestar emocional, es decir que cuando el intente integrarse a un círculo social determinado y sienta que puede ser rechazado los efectos del alcohol disminuirán el malestar psicológico que eso le provoque.

Al observar los resultados respecto al porcentaje de consumo moderado por parte de los estudiantes de la FES Zaragoza se confirma lo mencionado por Mora-Ríos y Natera (2001) quienes consideran que el consumo moderado de alcohol está íntimamente ligado con las expectativas hacia mejorar la forma en que se interactúa socialmente.

El deseo de poder sobrellevar escenarios sociales complejos en términos de aceptación o de censura al no ceder a la presión de beber por parte de los estudiantes de la FES Zaragoza confirma lo postulado por López-Torrecillas, Salvador et al. (2002) basados en el trabajo de Diclemente et al. (1995) con respecto a la forma en que la autoeficacia de manejo está relacionado con conductas adictivas. Esta habilidad se refiere a la confianza con la que se cuenta para enfrentarse a situaciones específicas, en este caso, el ceder a la presión de beber para evitar el malestar emocional que provoca el no poder integrarse a un

grupo. La autoeficacia de manejo también comprender la habilidad para buscar otros medios para evitar una situación emocional desfavorable.

Se hallaron correlaciones entre los motivos generados internamente orientados a expectativas sobre resultados positivos emocionales con la cantidad y frecuencia con la que consumen alcohol. Se puede inferir que el consumir les da la impresión de que las sensaciones desagradables son menores o incluso de que las han eliminado

Los autores mencionan que en los factores generados internamente y externamente orientados al reforzamiento positivo, buscan mejorar el estado de ánimo, sentirse bien y en el caso de los generados externamente se busca obtener aceptación social. En el caso de los estudiantes de la facultad cuando perciben que su situación emocional es óptima, experimentan sensaciones agradables o que no tienen deseos de integrarse a un círculo social su consumo disminuye.

En lo referente a las expectativas por resultados positivos de los efectos del alcohol en el organismo, el joven considera que las sensaciones agradables tales como alegría, diversión y relajación se verán incrementadas por el acto de beber. Al hallarse una correlación negativa de estos factores con el volumen de consumo puede decirse que si el estudiante tiene más facilidad para expresar emociones positivas y que no considera necesario otros recursos para sentirse mejor de lo que ya se encuentra, no considere al alcohol como un elemento principal en fiestas y reuniones.

Por el contrario alguien que encuentre dificultades para mantener un estado emocional agradable, encontrará en el alcohol un medio para incrementar y mantener estos estados de ánimo.

Es importante resaltar que se encontraron correlaciones tanto en las categorías de expectativas sobre resultados positivos y en la que abarca los escenarios en que se busca eliminar y/o evitar situaciones desagradables. Esto hace notable que los jóvenes vean al alcohol como una forma de evasión de su estado emocional o bien, como un medio para conservar o hasta mejorar estados emocionales satisfactorios, puesto que sea cual sea el contexto en el que se encuentren

considerarán que hay motivos suficientes para beber. Esto toma importancia al momento de señalar que el consumo del alcohol es una conducta altamente arraigada, lo que ocasiona que la decisión de tomar no siempre proviene de la introspección personal de un joven que evalúa sus actos en términos de lo que ocasiona en él el deseo de beber y las consecuencias que le traerán sus acciones, sino que esta determinación proviene de agentes externos que impactan en la forma en cómo interpreta el ambiente que lo rodea y los supuestos beneficios y recompensas sociales que le traerá el acto de beber.

Es visible que los jóvenes que encuentran problemas al momento de socializar ven al alcohol como un recurso viable ya sea para tener más confianza o para demostrar ante la mayoría que son capaces de adaptarse a la dinámica imperante en el grupo de amigos.

Esto cobra mayor relevancia al recordar que poco más del 50% de los estudiantes de la FES son bebedores regulares, por lo que puede inferirse que el alcohol ha tomado un papel de gran importancia en la forma en la que se relacionan los estudiantes, cómo eligen a su grupo de amigos y la manera en que manejan situaciones negativas.

Es importante recordar que algunas categorías de los motivos que generan la conducta de beber, tuvieron mayor influencia en las mujeres. Las motivaciones en las que se encontró que afectaban más a las mujeres en la decisión de beber, son las que están generadas internamente con expectativas hacia resultados positivos emocionales y las que son de origen externo que están orientadas a obtener resultados positivos emocionales y para evitar o eliminar situaciones emocionales negativas.

Los resultados concuerdan con lo mencionado por Chau (1999), ella propone un modelo de uso de alcohol donde la conducta de beber es de origen motivacional donde la decisión de beber puede ser conscientemente o inconscientemente. El proceso de tomar la decisión de beber está basado en la evaluación que hace la persona sobre si los resultados afectivos positivos de beber serán mayores que las consecuencias negativas que le traerían abstenerse del consumo. También

menciona que los resultados positivos del consumo no son los únicos que influyen en el consumo de alcohol.

Las motivaciones que perciben las estudiantes de la facultad como válidas para consumir concuerdan con lo señalado por Cox y Klingler (1988, 1990). En el caso de los estudiantes de la FES específicamente los motivos buscan suplir la falta de habilidades para interactuar con un grupo o también para mejorar la forma en que se integran con sus amistades.

A partir de los datos obtenidos por el estudio pueden concluirse los siguientes puntos:

La cantidad de alcohol que consumen los estudiantes aumenta en proporción a la manera en que se sientan integrados a su círculo social o que consideren que se encuentran bien emocionalmente. Visto de otra forma cuando un estudiante tiene problemas para encontrar su lugar en un ambiente social determinado es más probable que el alcohol juegue un papel importante en la forma en que se relaciona con sus pares, además de considerar beber cuando tenga problemas para lidiar con situaciones emocionales desagradables.

Dado que las motivaciones por expectativas hacía resultados positivos en el ámbito social que son generados tanto de forma interna y externa puede decirse que la conducta de beber obedece en gran medida a factores sociales en relación a la forma en que afecta si estado emocional. Es decir, que a pesar de que beber podría ser comprendido como una conducta primordialmente social muchos de los motivos se encuentran inmersos en la psique de los jóvenes. Por lo tanto es válido decir que algunos de los jóvenes que beben usan el proceso de socializar como un justificante para sus hábitos de beber.

Las motivaciones además de ser de origen psicológico y social provienen de otros aspectos personales o sociales. El tipo de educación que se dio en casa, costumbres familiares, exposición a medios publicitarios, experiencias previas con el alcohol y la manera en que el uso alcohol es comprendido culturalmente.

De acuerdo con la forma en que se comportan las variables y como es que se relacionan con la cantidad y periodicidad de consumo, puede decirse que los estudiantes de la FES Zaragoza tienen procesos de afrontamiento evitativo lo que

ocasiona que al encontrarse involucrados en situaciones que consideran desagradables o en contextos, donde se sienten vulnerables psicológicamente o socialmente tengan una tendencia mayor a asistir a eventos donde saben que se presentará la oportunidad de beber debido a que no tienen la disposición de hacer frente a sus problemáticas.

Se puede decir que los estudiantes que acostumbran consumir manera moderada perciben que las herramientas con las que cuentan para confrontar la presión por parte de sus amistades o el mal malestar emocional que les provocaría el no sentirse totalmente integrados a un grupo no son suficientemente efectivas por lo que califican al alcohol como un medio para evadir o eliminar emociones indeseables.

Al momento en que la conducta de beber se normaliza, dentro de un sector de la sociedad no es de extrañarse que también se fomente la conducta de beber.

Un entorno social donde el consumo de alcohol es aceptado abiertamente es un ambiente propicio para que aquellos jóvenes que no cuentan con las habilidades sociales necesarias para integrarse efectivamente con un grupo o que no posee las herramientas psicológicas para enfrentar situaciones adversas, encuentren en el alcohol un medio con el cual evadir conflictos o para suplir habilidades sociales pobres.

Por lo tanto puede decirse que en la decisión de beber por parte de las mujeres están involucrados principalmente aspectos emocionales. Las emociones se ven afectadas por la interacción social, ya sea por las expectativas por resultados sociales que le traerá la conducta de beber o consumir alcohol para evitar el malestar psicológico que le traería el sentirse rechazada.

Se puede decir que en el caso de las estudiantes de la FES Zaragoza la decisión de beber proviene principalmente de la forma en que la interacción social impacta en su estado emocional.

En el caso de los varones se puede inferir que hay más factores que influyen en su decisión de beber, puesto que en ellos no sólo es el aspecto emocional el que tiene un papel importante para que se dé el consumo, en su caso el ámbito social

está contemplado desde ambos ángulos, desde las recompensas que obtendrán por beber o la manera en que evitarán verse excluidos de su círculo social.

La importancia de éstas diferencias en cuanto al género de los estudiantes, reside en que muestran que el fenómeno del consumo de alcohol es todavía más complejo de definir en términos de género, nivel de estudios o económico.

Es importante tener en cuenta que durante el proceso de aplicación del cuestionario a pesar de que se le explicaba a los participantes qué tipo de información buscaba el instrumento y que sería respondido de forma anónima muchos estudiantes deducían que el hecho de que se les aplicara un cuestionario acerca del consumo de alcohol podría exponer que tenían problemas con su forma de beber, incluso algunos optaron por no participar por esa misma razón. Esto pudo afectar la veracidad con la que respondieron el cuestionario.

El instrumento no brinda un diagnóstico clínico de la población en la que fue aplicado. Pero proporciona información general sobre el consumo de alcohol en los estudiantes. Visto de esta forma además de conocer las motivaciones detrás de la conducta de beber por parte de los estudiantes de la facultad, también pueden ubicarse casos en los que el alumno esté incurriendo en patrones de consumo abusivo o en otras conductas de riesgo.

El consumo de alcohol en los estudiantes de la FES Zaragoza se da en un contexto social donde predominan diversos tipos de presión a los que los jóvenes están expuestos. Y en el caso de los que no cuentan con herramientas psicológicas efectivas para lidiar con esa presión estarán más motivados hacia la conducta de beber.

Los estudiantes señalan que uno de los principales motivos para beber es integrarse de forma más efectiva en contextos sociales, sin embargo puede afirmarse que en algunas ocasiones hay motivos subyacentes al deseo de convivir. Como pueden ser estar pasando por una situación difícil o no saber cómo sobrellevar algún problema determinado.

Tomando en cuenta la forma en que las categorías incluidas en el instrumento se relacionan con el volumen y la periodicidad de forma negativa, se puede afirmar que la población de la FES Zaragoza en términos generales, no concibe al alcohol

como un medio para mejorar su estado de ánimo o como un recurso para socializar. Los motivos que tienen para consumir surgen cuando su estado de ánimo está afectado de forma negativa o cuando perciben que el medio social que los rodea no es receptivo con ellos. Es decir que cuando aprecian que sus herramientas psicológicas o habilidades sociales se ven superadas es cuando consideran que tienen motivos suficientes para beber.

Por tales motivos es aventurado decir que la conducta de beber depende de un solo grupo de variables. Es importante comprender que la situación psicológica y que la condición social de una persona están relacionadas íntimamente, es decir que al verse afectada una de ellas la otra sufre un cambio.

Es importante tener en cuenta que durante el proceso de aplicación del cuestionario a pesar de que se le explicaba a los participantes qué tipo de información buscaba el instrumento y que sería respondido de forma anónima muchos estudiantes deducían que el hecho de que se les aplicara un cuestionario acerca del consumo de alcohol podría exponer que tenían problemas con su forma de beber, incluso algunos optaron por no participar por esa misma razón. Esto pudo afectar la veracidad con la que respondieron el cuestionario.

Considerando los datos obtenidos en la investigación y el análisis realizado se exponen las siguientes sugerencias:

Es necesario diseñar programas de prevención más efectivos en cuanto a la forma que los jóvenes interiorizan los riesgos de consumir alcohol. Es indudable que los estudiantes cuentan con mucha información acerca de los riesgos de beber, eso no impide que algunos de ellos practiquen patrones de consumo excesivos.

Por lo tanto se requiere idear canales de comunicación con los que el joven pueda sentirse identificado y donde la información que se le brinde sea manejada desde su perspectiva a fines de que la integre a sus hábitos cotidianos. De esta forma lograr que el joven pueda analizar cuáles son los motivos específicos que lo lleva a consumir alcohol y de esa forma evalúe que tan funcional le es esta conducta.

Los programas de prevención necesitan ser integrados en etapas más tempranas, es decir desde que el estudiante está por concluir su educación básica y posteriormente darle continuidad por su paso por la educación media superior. De

esta forma al momento que el joven ingrese a la universidad contará con mayor información y probablemente contará con hábitos de consumo moderados.

Además de programas de prevención también es necesario crear actividades que brinden al estudiante mayores y mejores habilidades sociales y que le provean herramientas psicológicas que le permitan hacer frente a los problemas que le generan la vida diaria.

Finalmente el estudio busca plantear un antecedente en lo referente a la manera en que la situación psicológica y medio social, influyen en la toma de decisiones de los estudiantes y la forma en que perciben las herramientas con las que cuentan para confrontar escenarios desfavorables.

Referencias

- Aizpiri, J. Barbado, A. Gonçalves, F. y Rodríguez, J. (2006) Guía de Buena Práctica Clínica en *Uso y abuso del alcohol* Sendín International Marketing & Communication. Recuperado del sitio de Internet: Consejo general de colegios oficiales de Médicos de España: https://www.cgcom.es/sites/default/files/GBPC_Alcohol.pdf.
- Albarracín, M. y Muñoz, L. (julio, 2008) *Factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes de los dos primeros años de carrera universitaria*. LIBERABIT:14. Recuperado de: <http://www.alcoholinformate.org.mx/FactoresAsociadosInv10082009.pdf>
- Anderson, P. Gual, A. y Colon, J. (diciembre, 2008). *Alcohol y atención primaria de la salud: informaciones clínicas básicas para la identificación y el manejo de riesgos y problemas* Washington, D.C. Organización Panamericana de la Salud.
- Barra, E., Olivari, C. (2002) *Influencia de la autoeficacia y la autoestima en la conducta de fumar en adolescentes*. Terapia psicológica, diciembre, Sociedad Chilena de Psicología Clínica, 23(2). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78523201>.
- Bellis A. M. y Hughes, K. (2004) Pociones sexuales. Relación entre alcohol, drogas y sexo. *Adicciones* 16(4). Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1058804>.
- Berjano, E. y Pons, J. (1999) *El consumo abusivo de alcohol en la adolescencia: un modelo explicativo desde la psicología social*. Servicio de Publicaciones del

Plan Nacional sobre Drogas. Recuperado de <http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/cabu.pdf>.

Cairney, P. Collier, S. Klein, R. Quimby, A. Shuey, R. Styles, T. y Taylor, R. (2010) *Beber y Conducir Manual de seguridad vial para decisores y profesionales*. Global Road Safety Partnership Washington, D.C. Recuperado del sitio de Internet *Contra la violencia Vial*: <file:///C:/Users/masters%20hp420/Downloads/Beber%20y%20conducir.pdf>.

Camacho I. (marzo, 2005) *Consumo de alcohol en universitarios: relación funcional con los factores sociodemográficos, las expectativas y la ansiedad social* Acta Colombiana de Psicología. 8(1). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-91552005000100006.

Cassola, I. Pilatti, A. Alderete, A. y Godoy, J.C. (octubre, 2005) *Conductas de riesgo, expectativas hacia el alcohol y consumo de alcohol en adolescentes de la ciudad de Córdoba*. Revista Evaluar (5). Recuperado de <http://www.revistas.unc.edu.ar/index.php/revaluar/article/viewFile/539/479>.

Chau, C. (1999) *Consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes universitarios: motivaciones y estilos de afrontamiento*. Revista Persona (2). Recuperado de [http://fresno.ultima.edu.pe/sf%5Csf_bdfde.nsf/imagenes/FC7B53EF6F7EC7DF05256F39004DF270/\\$file/chau.pdf](http://fresno.ultima.edu.pe/sf%5Csf_bdfde.nsf/imagenes/FC7B53EF6F7EC7DF05256F39004DF270/$file/chau.pdf).

Cicua, D. Muñoz, L. (julio-diciembre, 2008) *Factores en el consumo de alcohol en adolescentes*. Pensamiento Psicológico 4(11). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80111671008>.

Cobo, P. López-Torrecillas. F. Salvador, M. y Verdejo, A. (2002) *Autoeficacia y consumo de drogas: una revisión*. Sicopatología Clínica, Legal Forense 2(1) Recuperado de <http://www.masterforense.com/pdf/2002/2002art3.pdf>

Comisión clínica de la delegación del gobierno para el plan nacional sobre drogas. (febrero, 2007). *Informe sobre alcohol*. Recuperado de <http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/InformeAlcohol.pdf>

Díaz, A. Díaz, L. R. Hernández-Ávila, C. A. Narro, J. Fernández, H. y Solís, C. (julio-agosto, 2008) *Prevalencia del consumo riesgoso y dañino de alcohol y factores de riesgo en estudiantes universitarios de primer ingreso*. Salud Mental 31(4). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58231404>

Díaz, A. Díaz, L. R. Hernández-Ávila, C. A. Narro, J. Fernández, H. y Solís, C. (noviembre-diciembre, 2009) *El consumo riesgoso y dañino de alcohol y sus factores predictivos en adolescentes estudiantes del bachillerato*. Salud mental 2009, 32(6). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58212267002>

García, E. Lima, G. Aldana, L. Casanova, P. y Feliciano, V. (julio-septiembre, 2004) *Alcoholismo y sociedad, tendencias actuales* Revista Cubana de Medicina Militar. 33(6). Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S013865572004000300007&script=sci_arttext

González, H. (julio-agosto, 2005) *Alcohol: ¿cuánto es demasiado?* El Cotidiano 20(132). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32513208>

González, R. (2011) *Un criterio taxonómico para los patrones de consumo étílico*. Revista Cubana de Salud Pública. 37(1). Recuperado de

http://www.imbiomed.com.mx/1/1/articulos.php?method=showDetail&id_articulo=75133&id_seccion=1250&id_ejemplar=7488&id_revista=79

Hidalgo, M. I. y Judez J. (2007) Adolescencia de alto riesgo. Consumo de drogas y conductas delictivas. *Pediatría Integral*. 9(10). Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/136795480/Adolescencia-de-Alto-Riesgo-Consumo-de-Drogas-y-Conductas-Delictivas-884#scribd>

Landánzuri, C. (9 de marzo 2012) *Los universitarios consideran normal beber alcohol*. Uversia México. Recuperado de <http://laguna.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/1936c8139a62cf35e736a017ae43396e>.

Lodoño, C. Valencia, S. (enero, 2010) *Resistencia de la presión de grupo, creencias acerca del consumo y consumo de alcohol en universitarios*. *Anales de Psicología*. 26 (1). Recuperado de http://www.um.es/analesps/v26/v26_1/04-26_1.pdf

Lucio, M. (mayo-junio 2008) *Embarazo precoz de estudiantes de enfermería y la ingesta de bebidas alcohólicas*. *Revista Latino Americana Enfermagem*. (16). Recuperado de http://www.scielo.br/pdf/rlae/v16nspe/es_12.pdf

Maldonado, F. (octubre, 2009) *Consumo de bebidas alcohólicas en México*. Recuperado del sitio de internet de Consulta: Mitofsky. <http://consulta.mx/web/index.php/estudios-investigaciones/mexico-opina/138-consumo-de-bebidas-alcoholicas-en-mexico>.

Martínez, N. (2 de mayo de mayo de 2012) *Se dispara consumo de alcohol en México*. *El Universal México*, pp A10.

Mora-Ríos, J. y Natera, G. (marzo-abril 2001) *Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México*. Salud Pública de México. 43 (2). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342001000200002

Moysén, A. Garay, J. Esteban, J. Ma. De la L. Gurrola, M. y Balcázar, P. (febrero, 2012). *Modelos de consumo de alcohol a partir de sucesos de vida estresantes y estrategias de afrontamiento en alumnos universitarios*. Trabajo presentado en el XIII Congreso Virtual de Psiquiatría.com. Resumen recuperado de <http://www.alcoholinformate.org.mx/INVESTIGACION%2027022012.pdf>.

Navarrete, L. (2001) *El consumo de alcohol en establecimientos ubicados dentro de establecimientos universitarios. Estudio comparado en Madrid y Galicia*. Recuperado del sitio de internet de Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad: <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v14n14/a07v14n14.pdf>.

Nieves, M. (abril, 2011) Hábitos de ocio y consumo en población universitaria menor de 30 años. Recuperado del sitio de Internet de Fundación Atenea: ://hoxe.vigo.org/pdf/social/plda/p5_ocio_consumo_30.pdf.

Organización Mundial de la Salud. (2006) *Violencia juvenil y alcohol*. Recuperado del sitio de Internet de Alcohol y jóvenes: http://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/factsheets/fs_youth_es.pdf.

Pantoja, J. (enero, 2012) *El uso nocivo de alcohol en México*. Este País. (142) Recuperado de <http://estepais.com/site/?p=36670> .

Parada, M. Corral, M. Caamaño-Isorna, F. Mota, N. Crego, A. Rodríguez, S. y Cadaveira, F. (2011) *Definición del concepto de consumo intensivo de alcohol adolescente (binge drinking)*. Adicciones. 23(1). Recuperado de <http://www.adicciones.es/files/53-64%20parada%2023-1.pdf>.

Peláez, I. M. Cristina E. *Accidentes de tránsito y el consumo de alcohol en una unidad de urgencia de La Paz, Bolivia.(junio,2010)* Revista Latino Americana . Enfermagem.18 (espe). Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010411692010000700018&script=sci_arttext.

Pons, J. Buelga, S. (abril, 2011) *Factores asociados al consumo juvenil de alcohol: Una revisión desde una perspectiva psicosocial y ecológica*. Psychosocial Intervention. 20 (1). Recuperado de <http://psychosocial-intervention.elsevier.es/es/factores-asociados-al-consumo-juvenil/articulo/90200724/#.VX4XOvmqqko>

Rodríguez, R. (24 de febrero de 2006) *Riesgo de alcoholismo en universitarios*. El Universal. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/332562.html>.

Tapia, R. (2001) *Las adicciones: dimensión, impacto y perspectivas*. México: Manual Moderno.

Tirado, R. Aguaded, I. y Gutiérrez, M. (2009) *Factores de protección y de riesgo del consumo de alcohol en alumnos de la universidad de Huelva*. Salud y drogas. 9 (2). Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/6304>.

Valle, M.O. Benavides, R.A. Álvarez, A. y Peña J. N. (2011) *Conducta sexual de riesgo para VIH/SIDA en jóvenes universitarios*. Revista de Enfermería del Instituto Mexicano del Seguro Social. 19 (3). Recuperado de <http://revistaenfermeria.imss.gob.mx/acervo/index.php/ano-2011-volumen-19->

numero-3/169-ano-2011vol-19/371-conducta-sexual-de-riesgo-para-vihsida-en-jovenes-universitarios.html.

Velázquez, B. Romero, T. Aguirre, L. y Tomasini, C. (15 de abril de 2007) *Concentran seis estados matrícula nacional*. Reforma. Recuperado de <http://reforma.vlex.com.mx/vid/concentran-seis-matricula-nacional-195651871>

ANEXOS

1. Cuestionario de motivos de consumo de alcohol.



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Zaragoza



A continuación se te presentan una serie de situaciones que pudieron motivarte la o las veces que has consumido alcohol. Por favor marca con una “X” la opción que se acerque más a tu realidad; no dejes ningún espacio en blanco. Considera todas las ocasiones en que hayas bebido y recuerda lo que motivó a que lo hicieras.
Gracias por participar.

Opciones de respuesta:

- 1= Totalmente en desacuerdo.
- 2= En desacuerdo.
- 3= Indiferente.
- 4= De acuerdo.
- 5= Totalmente de acuerdo.

Motivos
1. Me sentía insatisfecho en algún aspecto de mi vida.
2. Me costaba trabajo divertirme cuando no bebía.
3. Porque me gusta cómo me siento consumiendo alcohol.
4. Quería sentir más confianza al momento de hablar con alguien del sexo opuesto.
5. No quería que me consideraran aburrido.
6. Quería evitar los efectos de la resaca.
7. Me ayudaba cuando me sentía triste o deprimido.
8. Mis amigos me presionaban para tomar alcohol.
9. No quería que se burlaran de mí por no tomar.
10. En mi grupo de amigos se consideraba normal beber.
11. Quería disfrutar más una fiesta.
12. Al tomar me sentía más contento.
13. Me estaba divirtiendo y quería aumentar esa sensación.
14. Los demás me consideraban más sociable cuando bebo.
15. No quería sentir que mis amigos me excluían.
16. Quería expresar mis sentimientos.
17. Quería evitar que mis amigos se enojaran conmigo.

18. Quería divertirme.
19. Sentía mi cuerpo tenso y quería relajarme.
20. Sentía temor de que las cosas no iban a salir bien.
21. Quería apoyar a un amigo que estaba enfrentando un problema.
22. El sentirme alegre aumentó mi deseo de beber.
23. Quería evitar recodar una mala experiencia.
24. Deseaba pertenecer a un grupo.
25. Quería caerle bien a los demás.
26. Quería sentirme más libre en una reunión.
27. Quería animarme cuando estaba de mal humor.
28. Sentí ganas de celebrar algo.
29. Quería sentirme más seguro de mi mismo
30. Alguien me retó a beber.
31. Quería evitar sentirme mal por algo que había pasado.
32. Me di cuenta que la mayoría de mis amistades beben.
33. Tenía la sensación de que la situación en la que estaba era muy complicada para mí.
34. Hacía las reuniones sociales más divertidas.
35. Porque es emocionante.
36. No sabía cómo lidiar con lo que sentía.
37. Quería despejar mi mente.
38. Quería evitar ser tímido.
39. Quería olvidarme de mis preocupaciones.
40. Quería mantener contentas a mis amistades.
41. Asistí a una reunión en donde todos bebían.
42. Quería celebrar una ocasión especial con mis amigos.
43. Alguien que me gusta me ofreció una copa.
44. Me daba una sensación placentera (embriagarme).
45. Había terminado una relación y quería sentirme mejor.
46. Conocí a gente nueva y quería agradecerles.
47. Quería emborracharme.
48. Me sentía cansado.
49. No quería pasar desapercibido.
50. Quería sentirme menos nervioso al hablar con alguien.

2. Cuestionario de hábitos de consumo de alcohol.

A continuación se presentan una serie de preguntas. Marca con “x” la respuesta que más se adecue con tu realidad.

1. ¿Con qué frecuencia consumes bebidas alcohólicas?

- a) una vez al mes
- b) de 2 a 4 veces al mes
- c) de 2 a 3 veces a la semana
- d) 4 o más veces a la semana

2. ¿Cuántas bebidas alcohólicas consumes normalmente cuando bebes?

- a) 1 a 2
- b) 3 a 4

- c) 5 a 6
- d) 7 a 9
- e) 10 o más

3. ¿Con quién acostumbras beber con más frecuencia?

(Marca del 1 al 5. Uno para el más frecuente y cinco para el menos frecuente)

- amigos
- familiares
- compañeros de trabajo
- tu pareja
- solo

4. ¿En qué lugares bebes con más frecuencia? (Marca del 1 al 5. Uno para el más frecuente y cinco para el menos frecuente)

- mi hogar
- eventos deportivos, conciertos
- en casa de mis amistades
- la calle
- un bar