

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PLANTEL IZTAPALAPA

✓ CSH

✓ Lic. PSICOLOGIA SOCIAL

✓  
"INVESTIGACION EXPLORATORIA DE CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES  
DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA, PLANTEL IZTAPALAPA, Y  
'SU RELACION CON FACTORES SOCIALES"



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA  
SERVICIOS DOCUMENTALES  
IZTAPALAPA

SEMINARIO DE INVESTIGACION

085934

✓ 1984



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

✓ VERONICA P. VAZQUEZ MOYADO

A. RAYMUNDO DEL CASTILLO G.

ASESOR

MARIA GALTIERI

I N D I C E

1.	INTRODUCCION	
1.1	Planteamiento del Problema	1
1.2	Justificacion y Objetivo	5
2.	QUE ES LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA?	8
3.	EL ALCOHOLISMO Y SUS CLASIFICACIONES	18
3.1	Hacia una Definicion del Alcoholismo	19
3.2	Fases de Desarrollo del Alcoholismo	24
4.	ETIOLOGIA DEL ALCOHOLISMO	27
5.	CONSECUENCIAS DEL ALCOHOLISMO	43
6.	ADOLESCENCIA Y ALCOHOLISMO	50
7.	METODOLOGIA	55
7.1	Tipo de Investigacion	56
7.2	Procedimiento de Eleccion de la Poblacion que Constituye la Muestra	56
7.3	Instrumento	62
7.4	Hipotesis de Interpretacion de los Reactivos	63
7.5	Procesamiento de Datos	68
		085984
8.	RESULTADOS DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA	71
8.1	Cuadro Basico de la Encuesta Exploratoria de Consumo de Alcohol en la UAM-I	72
9.	CONCLUSIONES	96

9.1	Comprobacion de Hipotesis	97
9.2	Integracion de la Funcion Alto Consumo de Alcohol	148
10	BIBLIOGRAFIA	171
11	ANEXOS	176

I N T R O D U C C I O N

Planteamiento del problema.

En México no existe una tradición en la investigación que permita conocer con precisión la prevalencia y los distintos niveles de consumo o las incapacidades relacionadas con el consumo excesivo de bebidas alcohólicas. Sin embargo, existen algunos datos históricos y de investigaciones obtenidos por métodos directos o indirectos que ponen en evidencia la problemática del alcoholismo.

Entre los datos históricos existentes nos dice Calderón (1973), que antes de la Conquista las bebidas alcohólicas fermentadas tales como el pulque y la chicha eran las más difundidas entre las culturas indígenas. Era costumbre consumir estas bebidas que tenían un bajo contenido alcohólico, principalmente dentro de un contexto ceremonial y bajo normas estrictas. Así, se castigaba severamente a aquellos que se intoxicaban fuera de las ocasiones permitidas, atendiendo a su edad y condición social.

Con la llegada de los españoles, además de desaparecer esos controles, con la aparición del alambique se introdujeron las bebidas destiladas tales como el tequila y el aguardiente, y otras que tenían una mayor concentración alcohólica (Negrete, 1976). Como consecuencia de esta situación aumentó el consumo de alcohol, asimismo los conquistadores alentaron tal consumo en los indígenas como una forma de controlarlos y de afirmar su poder. Posteriormente aún después de que se logró la Independencia, los grupos que tenían --

fuerza económica, integrado por ricos hacendados y dueños de plantaciones, mantenían prácticamente esclavizados a los indígenas mediante las bebidas alcohólicas: primero los hacían beber, lo que motivaba que después los encarcelaran y que finalmente el patrón pagara la multa. De este modo el campesino se sentía obligado a seguir sirviéndole al patrón (Negrete, 1976).

En 1936, con la aparición de la nueva legislación laboral, esta situación cambió pero muchas costumbres y hábitos de consumo se han mantenido desde entonces aunque con grandes variaciones y dependiendo de la región o de la comunidad de que se trate.

Entre los métodos indirectos tenemos las estimaciones hechas por Bustamante (1974) e Ibarra y Cols., (1973) donde el porcentaje de alcoholismo oscila entre 5.7 y 7% sin ser muy -- confiables, haciendo suponer que en número reales es mayor.

Los índices obtenidos de mortalidad por cirrosis hepática - en el Atlas de Salud de la SSA (1973) son de un promedio de 20 por 100 000 habitantes, ocupando en primer lugar la población de sexo masculino comprendido entre los 40 y 59 años. - Los índices de muerte por alcoholismo y por psicosis alcohólica se han estimado en 4.5% por cada 100 000 habitantes.

Los índices de suicidio en México varían entre 3.5 y 2.5 por cada 100 000 habitantes (Spinola de Galvis y Cols., 1966; - Cabildo, 1971), entre las causas aparecen en un 4% que tu--

vieron relación con el consumo de alcohol.

Quiroz Cuarón (1960) encontró que hay una correlación significativa de 0.8% entre el número de lugares que venden bebidas alcohólicas y el de ofensas criminales, registrados en la comunidad. Asimismo que en el 51% de los casos de lesiones por riña han sido bajo influencia del alcohol.

En 1980, del total de muertes en un 22% se presentaba el alcohol siendo en un 4% correspondiente al grupo de 15 y 19 años, el 27% correspondió a homicidios; el 23% a accidentes de tránsito y el 9% a suicidios.

De 12 329 accidentes de tránsito reportados en el D.F. en 1973, 18% ocurrieron bajo los efectos de bebidas alcohólicas (Silva-Martínez, 1972). También se encontró en 1970, que en la República, el 7% de los accidentes de tránsito suceden bajo los efectos del alcohol y en 1974 este porcentaje aumentó a 9%.

Por otro lado, la disponibilidad de los diferentes tipos de bebidas alcohólicas en términos absolutos va en aumento, ya que hay incremento en la producción y de expendios, calculándose en 1.7% de cantinas, 6.4% de cervecerías, 9.2% de tiendas, 4.7% de pulquerías, 11.5% de restaurantes y 0.8% otros; pero en términos relativas y tomando en cuenta el crecimiento demográfico la cantidad de 31 litros per capita se va reduciendo. Este incremento nos pone en evidencia el gran negocio que resulta la producción y venta de -

bebidas embriagantes, que sin embargo quieren aumentar aún más, para ello promueven sus productos al grado de hacerlos parecer como artículos de primera necesidad, envolviéndolos de poderes mágicos, haciéndolos irresistibles teniendo como resultado una seducción masificante a través de los medios de comunicación.

En 1970 la población de la República Mexicana era de 48 -- millones de habitantes, 24.1 de hombres y 24.2 de mujeres (SPyP 1979) y en 1980 alcanzó alrededor de los 65 millones con una tasa de crecimiento de 3.5% anual, aunque recientemente hay datos de que la tasa ha descendido a 2.5%, de la cual el 57% son menores de 20 años y el 3% mayores de 65.

El grueso de la población se encuentra en el rango de 0-35 años conformando las tres cuartas partes de la población total.

En la ciudad de México, en 1980 se concentraban aproximadamente 15 millones de habitantes y se estima que para el -- año 2 000 se alcanzarán los 30 millones.

Ahora bien, ante esta perspectiva de la densidad poblacional en el Distrito Federal, que es en su mayoría gente joven y la forma alarmante con que se extiende el problema del -- alcoholismo con sus repercusiones gunado a la característica de ser el alcohol un tóxico socialmente aceptado vemos -- el iminente peligro de la población de adquirir hábitos y -- costumbres que los lleven a un alcoholismo fatal.

Justificación y objetivo.

El alcoholismo es un problema que ha sido estudiado bajo diversos aspectos tales como la medicina, la bioquímica, la fisiología, la antropología, la sociología, la psiquiatría, la psicología entre otros, que permiten tener diferentes puntos de vista de su aparición y desarrollo, pero en realidad no existe un marco referencial general aceptado universalmente que indique su etiología o aún más, qué es exactamente lo que sucede en su desarrollo y crisis; razón fundamental por lo que se sigue estudiando este problema de gran magnitud.

Las características socioculturales que son atribuidas al alcohol y el ser un tóxico socialmente aceptado permiten que se fomente su producción y venta en gran escala captando cada día mayor número de consumidores. Por otro lado el Estado recibe ingresos por concepto de impuestos -- que pasan de 14 500 millones de pesos anualmente, quedando de esta forma corroborada la venta lícita del alcohol.

El productor tiene como objetivo obtener ganancias, para ello promueve sus productos por medio de la publicidad en los diferentes medios de comunicación masiva, sin advertir las consecuencias que su consumo puede acarrear en cada individuo.

En la ciudad de México, la mayoría de la población es joven, en la etapa adolescente, caracterizándose ésta por su inestabilidad en todos los aspectos y su vulnerabilidad

donde inciden con especial agresividad la falta de identidad, la escasez de alternativas disponibles, la seducción masificante de los medios de comunicación, la pérdida de la confianza en los valores expuestos tradicionalmente -- por la sociedad y las dificultades de interacción tanto - en el medio familiar como en el social.

Actualmente no hay ningún estudio de alcoholismo en población adolescente estudiantil, solamente hay estudios sobre el uso de fármacos y la actitud de los estudiantes en una universidad privada (en la ciudad de México), desarrollado por Juan Lafarga (1974), así como un estudio longitudinal del uso de fármacos en población estudiantil en la República Mexicana realizada por M.E. Castro 1974-78.

Existe un estudio realizado por De la Garza (1977) en la ciudad de Monterrey, donde se detecta que la población de emigrados sufre un choque transcultural que repercute en la integración familiar, siendo ésta una causa para el uso potencial de algún tipo de fármaco.

Hay otros estudios en América Latina sobre el consumo de fármacos como el de Morales Bedoya en Barranquilla, Colombia (1976) que tampoco estudia el alcohol por separado sino como otro fármaco más.

Ante esta situación, se plantea la necesidad de hacer un estudio exploratorio cuyo objetivo sea determinar el consumo

de alcohol en población estudiantil. Nos interesa particularmente a nivel universitario, ya que es la etapa donde el joven empieza a tomar conciencia de su realidad y se enfrenta a ser un ciudadano económicamente activo bajo -- la expectativa de la profesión que ha seleccionado. Concretamente se propone en una universidad del Distrito Federal en la "Universidad Autónoma Metropolitana de Iztapalapa", detectando las posibles características de consumo correlacionadas con situación laboral y familiar, así como a medios masivos de comunicación.

QUE ES LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA?

La Universidad Autónoma Metropolitana surge como una toma de conciencia por parte del Estado, ante la creciente complejidad que adquieren las estructuras sociales y la necesidad de adecuar los modelos educativos a las nuevas demandas poblacionales.

El ex-Secretario de Educación Pública, Víctor Bravo Ahuja, en su comparecencia ante el Senado el 21 de noviembre de 1973, expone verbalmente cuestiones relativas a la iniciativa presidencial de crear una universidad: "con la atención de la demanda (de la población escolar para la enseñanza media superior y la enseñanza superior), sin embargo, no se agota el esfuerzo que en materia de educación se ha propuesto realizar el Estado. Es indispensable que en las Universidades e Institutos de Enseñanza Superior, se induzcan cambios cualitativos que propicien la formación de profesionales capaces de hacer frente, con oportunidad y eficacia a los problemas del presente y del futuro. La respuesta es la iniciativa de Ley para la creación de la Universidad Autónoma Metropolitana, enviada por el Ejecutivo a esta honorable Cámara" \_\_\_/

Sin embargo es importante señalar el contexto de su surgimiento que nos señala Catalina Eibenschutz \_\_\_/ :

- 1. la crisis universitaria. Entendida ésta como la falta de funcionalidad de las universidades y en especial de UNAM<sup>4</sup>

---

\_\_\_/ Sep. Comparecencia del Secretario de Educación Pública en la Cámara de Senadores. Nov. 21, 1973. Dirección General de Información y Relaciones Públicas. México 1974, p. 90.

\_\_\_/ Eibenschutz, Catalina. "Obstáculos y posibilidades de un proyecto innovador en la UAM-Xochimilco", Foro Universitario, STUNAM, No. 1, época 11, México, Dic. 1980, pp. 40-41

- frente a las demandas del desarrollo económico del país.
2. El movimiento estudiantil popular de 1968. Interpretado por el Estado como el inicio de la destrucción del recinto del saber y la ciencia, obliga a la búsqueda de soluciones tanto funcionales como políticas frente a las universidades.
  3. La crisis de legitimidad del gobierno de Echeverría. Después del movimiento de 1968, el Estado intentará recuperar el consenso en el ámbito universitario a partir de una reforma educativa, dentro de la cual la promesa de una Universidad eficiente, técnicamente avanzada, etcétera, era una alternativa para la educación superior.
  4. La presión demográfica sobre la educación superior, que opera tanto en la demanda de educación, como en la necesidad de adecuar, de una manera más racional, esa demanda con la oferta de empleo real que tiene el país."

A partir de estas necesidades, se crea una universidad con características innovadoras tales como una organización académica y administrativa por departamentos, una universidad pequeña y dispersa geográficamente, pago de colegiaturas, creación de nuevas especialidades, una incipiente adecuación entre enseñanza y centro de trabajo, con una organización sindical en el apartado "b", una organización académica "democrática" integrada por consejos, colegios con representación estudiantil y de trabajadores administrativos y académicos.

"En la U.A.M. se utilizan los sistemas de enseñanza que se consideran más apropiados a cada situación. Es así como, además del

método magisterial tradicional, se usan el Sistema de Aprendizaje Individualizado, los Medios Audiovisuales, el Aula-Taller y la dinámica de grupos. En una de la Unidades (Xochimilco), - todo el proceso de enseñanza-aprendizaje se realiza mediante - la aplicación de Módulos". \_\_\_/

De esta manera se crea la U.A.M. bajo Decreto Presidencial de fecha 13 de diciembre de 1973, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de diciembre del mismo año, empezando a funcionar en 1974.

La U.A.M. es un organismo descentralizado del Estado, con personalidad jurídica y patrimonios propios, que tiene por objetivo "impartir educación superior de licenciatura, maestría y doctorado, y cursos de actualización y especialización, en sus modalidades escolar y extra-escolar, procurando que la formación de profesionales corresponda a las necesidades de la sociedad; organizar y desarrollar actividades de investigación humanísticas y científicas, en atención, primordialmente, a los problemas nacionales y en relación con las condiciones del desenvolvimiento histórico; y preservar y difundir la cultura." \_\_\_/

La U.A.M. está integrada por varias Unidades localizadas en distintas zonas del área metropolitana, coordinada por una - Rectoría General. Cada Unidad constituye por sí sola una Universidad completa y tiene un desarrollo académico independiente para lo cual cuenta con sus propios órganos académicos y admi--

---

\_\_\_/ UAM, Folleto de divulgación. Rectoría General, Centro de publicación, Coordinación General de Publicaciones, p.44.  
 \_\_\_/ Ley Orgánica de la UAM, Folleto.

Inicialmente funcionan tres Unidades: Azcapotzalco, Iztapalapa y Xochimilco, con la intención de crear más Unidades en diferentes rumbos de la zona metropolitana cuando alcancen su capacidad máxima de 15 mil alumnos.

El gobierno de la Universidad estará regido por los siguientes órganos:

1. La Junta Directiva.- está integrada por 9 miembros que el Colegio Académico designados por mayoría de votos, tres de los cuales, cuando menos, son de miembros del personal académico de la Universidad.
2. El Colegio Académico.- junto con los Consejeros Académicos - de cada Unidad, son los organismos a través de los cuales todos los miembros de la comunidad universitaria participan en el gobierno de la misma, es decir, está integrado por el Rector General de la Universidad, los Rectores, los Directores de División y tres representantes del personal académico, tres de los alumnos y uno de los trabajadores administrativos, elegidos por cada uno de los consejos académicos de entre sus miembros.
3. El Rector General de la Universidad.
4. El Patronato.- integrado por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y tres vocales, siendo estos cargos honorarios.
5. Los Consejos Académicos.- uno por cada Unidad, integrado por el Rector, Director de División, Jefes de Departamento de la Unidad, un representante del personal académico y otro de --

los alumnos por cada Departamento y dos representantes de los trabajadores administrativos de la Unidad.

6. Los Rectores de cada Unidad.
7. Los Consejos Divisionales por cada División integrados por: - el Director de la División, los Jefes de Departamento de la misma División y un representante del personal académico y -- otro por cada Departamento.
8. Los Directores de División y,
9. Los Jefes de Departamento.

En cuanto a la estructura académica, la UAM agrupa dentro de cuatro Divisiones las carreras que imparte:

- División de Ciencias Básicas e Ingeniería
- División de Ciencias Biológicas y de la Salud
- División de Ciencias Sociales y Humanidades
- División de Ciencias y Artes para el Diseño

cada división reúne un conjunto de departamentos académicos. El Departamento es la unidad básica académica y está constituido por una comunidad de profesores e investigadores, responsables de la docencia y de la investigación en un campo especializado del conocimiento. Los Departamentos imparten las asignaturas y el contenido de módulos que se establecen en los planes de estudio de las distintas carreras.

La organización departamental da gran flexibilidad a la integración de carreras, ya que se pueden constituir nuevas carreras y carreras interdisciplinarias, seleccionando asignaturas o contenidos de módulos de varios Departamentos.

Estructura de los planes de estudio.- Las carreras de una misma División se inician con un Tronco General, cuya duración es de 3 trimestres, e incluye los conocimientos básicos y de interés para todas las carreras de la División. Después del Tronco General, se continúa con un grupo de asignaturas o módulos básicos de cada carrera y con varias asignaturas o módulos operativos que el alumno escogerá de acuerdo con sus intereses particulares. Estas asignaturas o módulos operativos podrán ser de cualquier División Académica.

Características de las carreras.- La organización Departamental permite al alumno varias opciones para integrar su carrera.

Puede llevar un área de concentración dentro de la misma disciplina (por ejemplo Licenciado en Administración, con área de concentración en Administración Pública).

Puede integrar una carrera que tenga una disciplina como área principal y otra disciplina como área complementaria (por ejemplo Licenciado en Economía con área complementaria en Sociología).

Duración de la carrera.- Para completar su carrera, el alumno debe acreditar las asignaturas o módulos señalados en el plan de estudios. Si dedica Tiempo Completo a su actividad escolar 40 horas a la semana como mínimo, podrá terminar en 12 trimestres académicos aproximadamente.

Los créditos académicos son comunes en toda la Universidad, por

lo que los estudios que se realicen en una Unidad serán reconocidos en las otras, en el caso de que un alumno desee cambiar de Unidad.

Existe también la posibilidad de inscribirse como alumno de Medio Tiempo. A estos alumnos se les asigna una carga académica menor y por lo tanto, tardarán más tiempo en completar su carrera.

La Unidad IZtapalapa, localizada en las calles de Michoacán y Purísima, Col. Vicentina, Delegación Iztapalapa. El sitio de esta unidad se escogió para completar los servicios de educación superior disponibles en la zona, y al mismo tiempo, ofrecer nuevas alternativas de carreras profesionales y científicas.

La Unidad cuenta con tres divisiones académicas:

Ciencias Básicas e Ingeniería

Ciencias Biológicas y de la Salud

Ciencias Sociales y Humanidades

cuenta también con un grupo de profesores de carrera, que dedican la totalidad de su tiempo a labores de docencia y de investigación, de tal manera que los estudiantes continuamente pueden acudir a ellos en demanda de orientación y de guía en sus estudios. Para la realización de estas actividades, la Unidad cuenta con 18 laboratorios para la docencia y se encuentra instalando 18 laboratorios de investigación; además cuenta con una biblioteca con 39,000 volúmenes y 12,000 publicaciones periódicas, con salas de lectura, salas de mecanografiado; servicio de cómputo pues cuenta la UAM con un sistema de computación co

nectado directamente en cada Unidad; servicios de orientación - de tipo vocacional, personal, escolar y dirigida al mejoramiento de las técnicas de estudio; servicio de enseñanza de lenguas extranjeras en alemán, francés e inglés, para lo cual cuenta con un laboratorio con equipo especializado; actividades culturales para lo cual cuenta con 6 talleres: artes plásticas, danza contemporánea, danza folklórica, teatro, música latinoamericana y creación literaria; actividades deportivas para lo cual cuenta con instalaciones e instructores y servicios médicos.

Requisitos de inscripción.- Pueden solicitar exámen de admisión las personas que hayan concluido los estudios de educación media superior tales como bachillerato, vocacional, normal primaria, con un promedio mínimo de siete.

Cuotas por servicios.- La UAM se apoya para sufragar sus gastos en las asignaciones que le otorga el Consejo Nacional de Fomento Educativo.

En ejercicio de las facultades que le confiere la Ley Orgánica de la UAM, el Patronato aprobó como inscripción anual la cantidad de \$500.00 y como cuota por servicios la de 1,400.00 trimestrales. Los alumnos de medio tiempo pagarán la mitad de la cuota por servicios.

Con la participación del Consejo Nacional de Fomento Educativo, se fijaron las bases de un sistema mediante el cual, si el estudiante justifica su imposibilidad para cubrir las cuotas de inscripción y de servicios, podrá diferir su pago en forma parcial o total, al término de sus estudios, para cubrirlas como profesional con una tasa de interés razonable y en un lapso acorde

con sus posibilidades. Se concede además, un período de gracia de un año antes de iniciar dichos pagos.

La población de la Unidad Iztapalapa proviene en un 50% de los Colegios de Bachilleres, el 50% restante se forma en su mayoría de escuelas particulares y en un menor porcentaje de las preparatorias de ~~SH~~. CCH

El nivel socio-económico de la población corresponde a 19% de la clase baja, si consideramos al ingreso familiar dividido entre el número de sus miembros y les corresponde hasta una vez el salario mínimo para el D.F. (diario-mensual); el 48% de la clase media, si les corresponde de 1 a 2 veces el salario mínimo; y 33%, si les corresponde de 2 a más veces el salario mínimo.

La población está integrada por 71% de hombres y 29% de mujeres. El porcentaje de población en la División de Ciencias Sociales y Humanidades constituye un 42%; la División de Ciencias Básicas e Ingeniería forma un 29.5% y la División de Ciencias Biológicas y de la Salud el 28.5%.

**EL. ALCOHOLISMO Y SUS CLASIFICACIONES**

Hacia una definición del alcoholismo.

No existe una definición del alcoholismo que tenga validez general y universal. Se han hecho numerosos ensayos pero - con escaso éxito.

Casi todas las definiciones del alcoholismo se pueden agrupar bajo dos aspectos: las que aducen de un modo u otro la pérdida de libertad del individuo frente a las bebidas alcohólicas y el segundo, las que se basan en los trastornos -- psíquicos, corporales o sociales ocasionados por el consumo regular o irregular del alcohol.

La pérdida de libertad frente al consumo de bebidas alcohólicas, en cuanto dato definidor del alcoholismo se puede manifestar en dos formas: como la incapacidad de parar de beber una vez que se ha ingerido una dosis moderada de alcohol y como la incapacidad de abstenerse absolutamente de ingerir alcohol durante algunos días seguidos. En ambos casos se nos habla de una dependencia pero debe mencionarse que la falta de control no es de un día para otro sino que es progresiva y que precisamente ésta manifestación de falta de control - es una aparición tardía de lo que llamamos alcoholismo, de hecho no nos dice qué es el alcoholismo o como podemos reconocerlo en su fase inicial.

De esta manera Armando Guerra (1977) nos dice que "el alcoholismo es la dependencia física y psíquica hacia el alcohol,

la incapacidad de abstenerse de su ingestión, lo que afecta al individuo, a su familia y a la sociedad" 1/.

El Dr. Jorge Valles (1977) nos dice que "el alcoholismo es una enfermedad de carácter crónico causada por la ingestión de - grandes cantidades de alcohol durante un largo período" 2/ - la cual se puede reconocer fácilmente por los siguientes sin tomas:

1. Necesidad de ingerir alcohol
2. Inhabilidad de controlar la ingestión de alcohol, después de beberlo en cantidades aun mínimas, e ingerir alcohol más frecuentemente de lo planeado.
3. Necesidad de ingerir alcohol al levantarse por la mañana. Necesidad de beberlo durante las horas de trabajo para - así poder terminar la jornada.
4. Síntomas de supresión de alcohol. Estos pueden manifestar se desde un ligero temblor de manos, o bien "un temblor - interno" al estado severo del Delirium tremens.

"El Comité sobre alcoholismo y dependencia de las drogas de la Asociación Médica Norteamericana define al alcoholismo como - una enfermedad en la cual se presenta ansiedad por el alcohol y pérdida del control sobre su consumo, como un tipo de depen dencia que puede causar daño a la salud de la persona o inter ferir su habilidad para trabajar y para avenirse a los demás"

3/

- 
- 1/ Guerra Guerra, Armando Javier. El Alcoholismo en México, - Archivo del Fondo No. 73. FCE, México 1977. p. 25
  - 2/ Vallés, Jorge. Alcoholismo, El alcohólico y su familia, - Ed. Costa-Amic Editores, S.A. México 1980, 5a. Edición. p. 37.
  - 3/ Bill W. Tres Charlas a Sociedades Médicas (folleto) publicaciones de AA.

En lo que respecta a las definiciones que se basan en los trastornos psíquicos, corporales o sociales ocasionados por el consumo regular o irregular del alcohol, no se refieren propiamente al alcoholismo, sino a los efectos del alcohol; a las motivaciones, fundadas en teorías de diversas disciplinas que explican el por qué el individuo -- llega a una interacción de esta sustancia tóxica con su organismo, sin llegar a un común denominador característico que defina al problema del alcoholismo.

Por ejemplo el Dr. Jackson Smith ya no define al alcoholismo sino al alcohólico donde dice " es el individuo que a causa de la bebida afronta obvios problemas físicos, sociales, matrimoniales o profesionales, y que bebe más aún para superar la dificultad" sin decir nunca a que se refiere cuando dice obvios problemas, lo que a mi parecer es una definición inoperante. 4/

La definición más aceptada es la dada por la Organización Mundial de la Salud donde describe al alcohólico pero no al problema del alcoholismo en general: " Son alcohólicos los que beben en exceso y cuya dependencia respecto del alcohol ha alcanzado un grado tal que determina la aparición de visibles perturbaciones mentales, o cierta interferencia con la salud física y mental, en las relaciones -- interpersonales, y en el adecuado funcionamiento social y

---

4/ Pittman, David J. Alcoholismo, un enfoque interdisciplinario. Horme/Psicología de Hoy. Argentina, 2a. edición p. 79

económico; o los que muestran los signos prodrómicos de dichos fenómenos" 5/

De esta manera vemos que hay diferentes puntos de vista, en la primera definición no se hace referencia a que el alcoholismo sea una enfermedad y apela a afecciones en las relaciones sociales; en la segunda ya se afirma que es una enfermedad pero no nos dice nada acerca de aspectos sociales y económicos, únicamente se centra en lo que para el Dr. Valls sería la "enfermedad" del alcoholismo en sus síntomas, sin decir a que se debe.

En la definición dada por la Asociación Médica Norteamericana se afirma que es una enfermedad cuya característica básica es "un tipo de dependencia", pero sin aclarar más.

En las definiciones del Dr. Smith y de la OMS ya no se ocupan siquiera del alcoholismo sino que se extrapolan al sujeto y de esta manera dan por definido el alcoholismo.

Si bien es cierto que se comprende la dificultad para poder definir el alcoholismo ya que de hecho no existen parámetros generales donde se pueda ubicar, lo que se apela es al individuo con su problemática del alcohol, ya que en cada caso concurren diferentes factores como los dinámicos de la personalidad, factores orgánicos y físicos, factores de orientación normativa respecto del consumo de bebidas de acuerdo a cada comunidad donde se encuentre inmerso el in-

---

5/ Ibidem.

dividuo, factores alternativos de adaptación entre otros. Entre los parámetros existentes para definir al alcoholismo, pero considerado como una "enfermedad" tal como si fuera cualquiera de origen viral, es dada sólo si reúne estas características según Jellinek:

- adaptación del metabolismo celular al alcohol
- adquisición de una tolerancia hística progresiva
- presentación de síntomas de abstinencia y
- falta de control o incapacidad de abstinición

dejando obviamente de lado el contexto social y situándose en un plano totalmente singular.

Creemos que para podernos ubicar en esta problemática del alcoholismo es necesario apegarnos a los hechos más descriptivos a fin de pretender una definición: El alcoholismo es un trastorno de la conducta de tipo crónico, que se caracteriza por el consumo excesivo y compulsivo de beber que rebaza los socialmente aceptados por la comunidad donde se ubica, a grado tal, que interfiere con su salud, con las relaciones interpersonales y con el funcionamiento laboral y económico del bebedor.

## Fases de desarrollo del alcoholismo.

Si bien el desarrollo del alcoholismo no sigue un patrón - uniforme, M.E. Jellinek\* logró identificar cuatro etapas co- munes en un estudio realizado en 1952 a base de un exámen minucioso de unos 2 000 alcohólicos por las cuales pasan - hasta convertirse en adictos:

Primera fase prealcohólica.- dura desde varios meses hasta dos años. El individuo bebe en sociedad y en ocasiones in- moderadamente con el fin de aliviar tensiones y olvidar sus problemas. Al principio es raro que se embriague, pero con el tiempo empiezan a ocurrir con mayor regularidad las cri- sis y los pretextos para buscar los efectos tranquilizantes del alcohol.

Segunda fase prodromal.- al finalizar la etapa prealcohóli- ca el individuo presenta una mayor tolerancia de alcohol, -- comienza a necesitar mayor cantidad para disipar su ansiedad. Ya en la fase prodrómica puede empezar a beber a escondidas como también puede sufrir amnesias que ocurren durante el --- tiempo en que está bebiendo. El bebedor permanece conscien- te, habla de un modo coherente y realiza otras actividades - aun sin aparentar un grave estado de intoxicación, aunque -- después no puede recordar lo que ocurrió. El individuo co--- mienza a inquietarse por su conducta sintiéndose avergonzado por ella aunque preocupándose al mismo tiempo acerca de dónde y cuándo podrá tomarse su próxima copa.

---

\* Hasta la fecha es uno de los autores más reconocidos por - sus investigaciones sobre alcoholismo.

Tercera fase crucial.- comienza con episodios cada vez mayor de ebriedad acompañados por pérdida de control de la conducta. En esta fase corre un grave peligro de perder todo lo que valora, el bebedor se vuelve bastante conspicuo los padres, esposa, amigos o jefe comienzan a llamarle la atención acerca de ello. Para este momento el individuo ya perdió el control sobre su conducta. Una vez que toma la primera copa, sigue consumiendo alcohol hasta sentirse demasiado enfermo demasiado embrutecido para continuar haciéndolo. Empieza igualmente a deteriorarse el ajuste social de la persona. Comienza a beber durante todo el día, descuida su dieta, en esta etapa tiene todavía capacidad de abstenerse pero en cuanto toma la primera copa vuelve a repetirse toda la secuencia.

Cuarta fase crónica o final.- El beber es continuo y los "arrastres" (varios días borracho) son frecuentes. El individuo ya no vive sino para beber y si no lo hace sufre reacciones de abstinencia. Sus brotes de embriaguez se acompañan ahora por marcadas alteraciones del pensamiento y en ocasiones incluso de psicosis alcohólica. Sufre desnutrición y otros fenómenos fisiológicos. Al no tener ningún licor a su alcance consume cualquier líquido que pueda encontrar y que contenga alcohol. Paradójicamente, existe una pérdida de la tolerancia al alcohol; ahora basta con la mitad de la cantidad antes requerida para que el sujeto se vuelva estuporoso. El temor, los temblores se hacen evidentes y el adicto intenta controlar los síntomas por medio de más alcohol. Descuida su apariencia personal y, por haber perdido la au-

toestimación, casi no siente remordimientos por su conducta. Finalmente ya no le importan en absoluto la familia, amigos, ocupación o posición social. \_/

---

\_/ Davision, Gerald y Neale, John, Psicología de la Conducta anormal, Editorial Limusa, México 1980, Cap. 10 pp.277-294.

## ETIOLOGIA DEL ALCOHOLISMO

Puesto que el hombre al entregarse inicialmente al abuso - del alcohol no actúa impulsado por un factor fisiológico o fisiopatológico, debemos revisar la posible intervención - etiológica o causal de los factores psicológicos personales y ambientales.

Debe tenerse presente desde ahora la contraposición entre motivo y causa. Los factores somáticos operan como causas, - de esta manera tenemos varios factores:

- a) Una alteración metabólica que causa una necesidad primaria de ingerir bebidas alcohólicas.
- b) Un metabolismo anormal del azúcar.
- c) Una deficiencia endócrina como puede ser el hipotiroidismo, hipopituitarismo, hipoadrenalismo o el hipogonadismo.
- d) Deficiencias dietéticas o metabólicas de vitaminas, magnesio, sodio u otras sustancias.
- e) Un mal funcionamiento glandular.
- f) Una sensibilidad no determinada a un producto alimenticio básico (arroz, trigo, maíz, centeno, etc.), cuyos - síntomas solo son aliviados por el alcohol.
- g) Una función defectuosa del hipotálamo.

Los factores psicológicos operan como motivos. Los motivos

se distinguen de las causas por acompañarse de relaciones de sentido, relaciones comprensibles psicológicamente, y carecer de forzosidad en las influencias ejercidas.

Ahora bien, a fin de poder tener una panorámica de los factores psicológicos y ambientales del individuo como etiología del alcoholismo, procuraremos puntualizar los comunes denominadores que se dan en el alcohólico, teniendo en cuenta que no se puede pretender una personalidad básica del -- alcohólico, ya que ningún tipo de personalidad es permanente e inmutable pues esto equivaldría a negar el atributo de organización dinámica inmanente a la personalidad.

El individuo candidato a la alcoholomanía se halla absorbido por una constelación constituida por las ominosas vivencias que emanan del sentimiento de soledad o aislamiento y la desesperanza en el marco de una temporalidad donde impera pasivamente el presente, como lo refiere Hartocollis "La mayor parte de los alcohólicos en estado de sobriedad se sienten aburridos, dominados por un presente del que no pueden escapar, cuyo futuro es quizá prometedor, pero está fuera de su alcance" \_/

La vivencia de soledad en cuanto factor prealcohólico se halla implícitamente contenido en los trabajos elaborados por McCord (1960) basado en el estudio de antiguos documentos,-

---

\_/ Hartocollis, P. Revista de Psicoanálisis, Psiquiatría y Psicología, Núm. 2, 1966. pp.99-100.

donde se habían registrado los datos médicos, sociales, psicológicos y psiquiátricos de 650 niños. William y Joan -- McCord utilizaron esta información a fin de obtener características de la personalidad en los niños que se volvieron -- alcohólicos en la edad adulta. Su conclusión se puede resumir así: el futuro alcohólico adolece de una exagerada necesidad de dependencia, pero casi nunca afronta la realización de esta necesidad, sino que rehúye el contacto humano y la -- participación en grupos organizados, entregándose a una conducta aparentemente autónoma.

En la personalidad potencialmente alcohólica acontece la demolición de la esperanza, pasivamente, sin sobrevenir una -- reacción activa ante el proceso destructor de un sector vivencial emocional de tanta importancia. Se establece así una modalidad de desesperanza pasiva, plomiza e inerte, que soca -- va el sistema de los proyectos personales.

La esperanza, se remonta por detrás del futuro inmediato. La esperanza va más lejos en el futuro que la espera, referida al futuro en el instante de volverse presente o al momento que le sucede casi inmediatamente. En la esperanza y en la espera se siente venir el futuro hacia uno. El devenir no cursa entonces en la dirección presente-futuro, sino en la dirección futuro-presente.

La esperanza actúa como una fuerza estimuladora insustituible en el despliegue y la actualización de las potencialidades creativa y axiológica y como un baluarte defensivo con-

tra las tensiones instintivas, tendenciales y emocionales.

La insoportabilidad vivenciada por el alcohólico se halla integrada particularmente por tres ingredientes: el sentimiento de soledad, la reducción de la potencialidad creativa y planificadora y la exaltación de las tensiones emocionales elementales. Derivándose los dos últimos del estado de desesperanza. De esta manera el alcohólico disuelve por medio del impacto del alcohol el sentimiento de soledad, activa la potencialidad creadora y reduce o agrupa las caóticas tensiones emocionales, esto es, los efectos del alcohol son vivenciados como una liberación.

Efectivamente, la ausencia de esperanza y el sentimiento de soledad, como núcleo básico prealcoholómanos, suele estar circundado por halo de aburrimiento, indiferencia y acedia. El elemento primario de la desesperanza consiste en la supresión de la actividad al servicio de las aspiraciones y proyectos por ser éstos experimentados como irrealizables. Al faltar la "savia" de la esperanza se resquebraja el sistema de las aspiraciones y sobreviene cierta dosis de indiferencia y aburrimiento. En la indiferencia se produce la pérdida o la limitación de los intereses y aspiraciones en sí mismos. Lo no realizable deja de ser interesante.

085954

Según la concepción de Heidegger del "auténtico aburrimiento existencial" nos dice que las cosas ya no son tan apete

cibles para el ser, no significan nada y su vivencia fundamental es un vacío de la vida. Al postergar las responsabilidades más personales se origina un miedo genérico, miedo al poder del hombre y a las intenciones del hombre, percibiéndolo al otro como omnipotente y como amenazador. - Siguiendo esta línea se puede decir que el hombre alcohólico no puede romper su aislamiento por la iniciación activa de un contacto afectivo profundo porque tiene miedo al hombre y al contacto humano, prevaleciendo este miedo a la necesidad de amor.

"La clave de la génesis de la alcoholomanía radica en la personalidad. Los seres que se vuelven alcoholómanos presentan estos rasgos comunes: la vivencia de la soledad, la desesperanza y el imperio del presente anónimo y pasivo. En los demás aspectos su personalidad se muestra radicalmente diversa. No puede hablarse, por tanto, de un tipo de personalidad específicamente prealcohólomana, sino sólo de una constelación básica prealcohólomana." Una constelación, en el marco de la estructura de la personalidad, representa un puente entre el rasgo o trazo y el perfil o tipo. La constelación merece el distintivo de básica por dos razones: porque forma parte de la personalidad básica de este ser y porque constituye la raíz psicológica básica de la alcoholomanía." \_\_\_/

---

\_\_\_/ Alonso-Fernández F. La personalidad del alcohólico. - Revista Clínica Española, 88, 1963. p. 387.

De esta manera la "constelación básica prealcohólomana" se inscribe en el papel de motivo psicológico ya que implica dos datos:

- a) la ausencia de forzosidad, ya que no tiene el carácter de la causa eficiente aristotélica (causa-efecto), sino que precisa para surgir de la concomitancia de otros factores.
- b) la existencia de una relación de sentido entre el alcoholismo y la constelación motivadora, que puede concretarse en estas dos fórmulas: la evasión de una realidad insoportable y la construcción de un mundo sumamente grato.

Ahora bien, como dice Alonso-Fernandez, si la génesis de la alcoholomanía radica en la constelación básica de la personalidad y ésta es siempre producto de la educación familiar y de factores socioculturales habrá que puntualizar los posibles factores ambientales que constituyan un ambiente alcohólico. De esta manera se considerarán un conglomerado de seis factores:

1. El consumo de bebidas alcohólicas en distintos momentos y lugares.
2. La utilización habitual de la bebida alcohólica, como una droga, buscando sus efectos psíquicos, especialmente la euforización y la facilitación del contacto social.
3. La aplicación de una censura social demasiado ligera al sujeto que incurre en embriaguez.

4. La elevada morbilidad para el alcoholismo, puesto que la relación afectiva de cierta profundidad con un alcohólico es una agente productor del alcoholismo, especialmente entre los niños y adolescentes. Claro que este factor se deriva de los demás incluidos en la relación presente.
5. La intensa propaganda de las bebidas alcohólicas con una perspectiva estrictamente comercial y, por tanto, no realista, ya que presentan el consumo de alcohol como un -- símbolo de la energía masculina o como un medio para disipar las preocupaciones o estimular la euforia y la capacidad de contacto social. La aceptación social de la bebida alcohólica, como dice Jellinek, se debe atribuir en primer lugar, a su simbolismo y en segundo lugar, a sus efectos. Su valor simbólico tiene unas raíces ancestrales que la moderna propaganda se encarga de revivificar.

La propaganda del alcohol, al realizarse exhibiendo las motivaciones de los alcohólicos ("el que tiene Castillo lo tiene todo" -beber para obtener todo-, "beber para -- ser" - para obtener prestigio- "con unas copas te sientes más seguro", etc.) se ha transformado en propaganda del alcoholismo y no del alcohol. Esta es la fuente primordial de ciertos abusos alcohólicos por ignorancia (desconocimiento de los límites entre el uso y el abuso) y por imitación (la imitación puede referirse al ídolo deportivo, cinematográfico, etc. que aparece en la propaganda).

6. La creencia compartida por muchos médicos y profanos de -

atribuirle al alcohol "virtudes" farmacológicas para combatir diversos trastornos como la hipotensión arterial, las influencias del frío, etc.

Todos los alcohólicos presentan esta constelación. Unos con mayor evidencia e intensidad que otros. Naturalmente, existen también personas con esta constelación que jamás se vuelven alcohólicas. Ello se debe a la intervención de uno o varios factores de esta relación:

1. La presencia en su personalidad de ciertos rasgos, especialmente mecanismos anancásticos y fóbicos, que dificultan el desarrollo del alcoholismo.
2. La reacción de intolerancia metabólica al alcohol.
3. La inserción en un ambiente de cualidades no alcohólicas.

La mayor intensidad de la morbilidad alcohólica en ciertos sectores sociales o profesionales se debe a la acentuación de las cualidades del ambiente alcohólico, al desarraigo familiar repetido o a ambos factores. La morbilidad alcohólica suele ser más acentuada entre las profesiones que imponen un desarraigo familiar periódico. Ello sucede a los marineros, los viajantes de comercio y los conductores profesionales.

El enorme incremento experimentado por la morbilidad alcohólica en nuestro país de 1950 a 1980 es el resultado de -

la acentuación de una serie de factores adscritos al individuo y al ambiente. Nuestra cultura está experimentando una crisis de tecnificación y consumismo.

La tecnificación humana y sociocultural favorece la eclosión del alcoholismo por implicar una serie de cambios que estimulan el desarrollo de los sentimientos de soledad y desesperanza, la acción de los mecanismos represivos de la personalidad y el establecimiento del patrón cultural de beber en cualquier momento y lugar buscando su efecto droga, en especial una cierta euforización, una exaltación de la potencialidad psíquica propia, una facilitación del contacto social o una sedación psicomotora.

Entre los cambios culturales alcohólicos sobresalen los siguientes:

1. La decadencia de la comunicación interhumana y de los vínculos de amistad.
2. El aumento de las situaciones de aislamiento social y desarraigo.
3. La debilidad de la estructura familiar en cuanto vigencia social.
4. La autorrepresión de un amplio sector de disponibilidades existenciales.
5. El control y la manipulación del individuo en manos de las instituciones burocráticas y sociopolíticas.

6. La elaboración de unas relaciones intersubjetivas saturadas en valencias de rivalidad y competición.

Si bien está demostrado que la elevación del nivel económico de vida registrado en los últimos tiempos se ha acompañado en México y otros países de un aumento de la morbilidad alcohólica, ello no significa que el incremento de bienestar sea un determinante de alcoholismo. Lo que ocurre es que esta expansión económica se monta sobre la tecnocracia, y la tecnificación cósmica y antropológica comporta la presentación de una serie de mutaciones que favorecen la producción del alcoholismo. En este sentido resulta más justo hablar del "alcoholismo de la civilización" que del "alcoholismo del bienestar". El bienestar, cuando es auténtico, no conduce al alcoholismo.

Un dato común al alcoholismo en los distintos sectores nacionales es que su porcentaje de morbilidad siempre se eleva -- más en el estrato socioeconómico insuficiente que en el suficiente. La intervención de la insuficiencia socioeconómica en la etiología del alcoholismo debe valorarse en el contexto de la cultura o subcultura en la que la misma se halla inscrita.

Dentro de nuestro país existe una amplia gama de subculturas, cuyas notas diferenciales se reflejan muchas veces en el campo del alcoholismo. La observación más importante al respecto es el alcoholismo del norte constituye el modelo de alcoh

lismo más condicionado entre nosotros por la tecnificación sociocultural, como una influencia de los Estados Unidos - Norteamericanos.

Otros factores que han intervenido con un papel muy importante en la explosión alcohólica de nuestro país, se adscriben a estas dos series: las intensas campañas de publicidad realizadas por distintas marcas de alcohol y la ilimitada disponibilidad existente para el consumo de las bebidas alcohólicas.

La publicidad de las firmas comerciales de alcohol se concentran especialmente en la televisión. Considerando que una persona ve televisión dos horas diarias se observa un bombardeo de 8,300 estímulos publicitarios por año para el consumo de alcohol.

Las facilidades para el consumo son evidentes, ya que en nuestro país no existe prácticamente ninguna restricción legal para el comercio y la venta de bebidas alcohólicas.

Por otro lado, al considerar el aspecto individual del alcohólico, que la génesis de su problemática alcohólica se inscribe en una constelación básica de su personalidad y esta es resultado de la educación familiar, implica tener una visión retrospectiva del individuo, donde debemos encontrar factores que hayan hecho una configuración específica que induzca al individuo a beber alcohol como compensación de alguna deficiencia afectuosa-familiar. Para ellos nos adscribi-

mos a las siguientes cuatro hipótesis psicoanalíticas:

1. Los alcohólicos tienen una fijación oral, que les estimula a beber y, en general a usar la boca como principal fuente de gratificaciones. El alcohólico, por mediación de la bebida, trata de volver al estado de bienaventuranza que disfrutaba en el pecho materno.
2. Los alcohólicos se sirven de la bebida para sedar la angustia de castración.
3. La entrega del alcohólico a la bebida entraña una protesta hostil contra la sociedad al proyectarse sobre ésta - el odio que el chico profesa a su padre. La agresividad sádica y las urgencias autodestructivas -el alcoholismo es un suicidio inconsciente-.
4. El alcoholismo es una enfermedad suscitada por la homosexualidad latente de la personalidad en el curso de las embriagueces o de establecer vínculos de camaradería con otros bebedores.

En un estudio psicoanalítico del alcoholismo en un pueblo mexicano, From y Macoby (1970) llegaron a la conclusión de que el beber excesivo de los hombres era una respuesta intensa a una fijación materna interna y reprimida. Beber significaba mantener simbólicamente los lazos con la madre.

Aunque los alcohólicos del sexo masculino parecían beber para endurecerse el "espinazo" y materializar ideales -- patriarcales, los abstemios parecían tener menos conflictos en torno de sus papeles dentro de la familia y del pueblo, sus identificaciones masculinas parecían más firmemente establecidas.

Fromm y Macoby formularon la hipótesis de que el rompimiento de la estructura patriarcal de la familia hace que el hombre sea psicodinámicamente vulnerable al alcoholismo. \_/

Las hipótesis descritas anteriormente nos sucentarían una plataforma latente adscrita en la infancia, pero vista desde una perspectiva presente del individuo, el consumo de alcohol podría comportar dos tipos de gratificación (a la luz de la teoría del aprendizaje) como agentes reforzantes positivos sobre la acción de beber:

- a) Una gratificación positiva en forma de una cierta euforia y una facilitación del contacto social. Este efecto prevalece en la experiencia íntima de los sujetos llamados bebedores regulares cuyo consumo de alcohol puede ser moderado o excesivo.
- b) Una gratificación negativa merced a la eliminación de los estímulos desagradables derivados de la ansiedad, la --

---

\_/ Fromm Erich, Macoby Michael. Sociopsicoanálisis del Campesino Mexicano, Ed. F.C.E., México 1979 Pag. 209-236.

tensión emocional, el sentimiento de culpa, etc. Este efecto eliminatorio, especialmente referido a la desesperanza y el sentimiento de soledad, es el factor responsable de la génesis del bebedro crónico.

La eliminación de síntomas psicopatológicos perturbadores, -- por ejemplo, el sentimiento de vergüenza en los delirios sensitivos de autoreferencia, la tristeza vital y el delirio de culpa en las depresiones ciclotímicas, es el mecanismo básico en la modalidad del alcoholico psiquicamente alterado.

La ingestión de una bebida alcohólica proporciona siempre una gratificación de efectos reforzantes sobre la tendencia al -- alcohol. El signo del refuerzo es siempre positivo, Pero el signo de la gratificación en sí puede ser positivo (aprotación de euforia y bienestar) o negativo (eliminación de tensiones -- emocionales). La obtención de una gratificación cada vez que se ingiere una bebida alcohólica refuerza y estimula la tendencia a repetir el acto.

Posteriormente acontece el desarrollo de la generalización del estímulo. Así surgen otros estímulos que promueven la entrega a la bebida, por ejemplo, la contemplación de una botella o -- una copa de bebida alcohólica, el olor de un licor, el ambiente de los bares, de las reuniones, etc.

085954

El hecho de que un sujeto no cese de beber aun cuando su conducta alcohólica le plantea situaciones de conflicto con sus

amigos, familiares o compañeros de trabajo, podría explicarse por el principio-gradiente del refuerzo. Este principio establece que las gratificaciones o castigos inmediatos al acto tienen una acción reforzante positiva o negativa, respectivamente, mucho mayor que la de las gratificaciones o castigos diferidos. "Luego puede ser -dice Conger (1956)- que la inmediata reducción de la ansiedad en algunos bebedores actúe como pensando con creces las actitudes punitivas de las personas cercanas a él y el castigo físico implicado en la "cruda" que aparece también al día siguiente". \_\_\_/

---

\_\_\_/ Conger, J.J. Reinforcement theory and the dynamics of alcoholism. Quart. J. Stud. Alcohol, 17, 302, 1956.

CONSECUENCIAS DEL ALCOHOLISMO

Son múltiples los efectos y consecuencias del alcoholismo, los cuales se manifiestan (en ocasiones simultáneamente) a nivel -- físico, psicológico y social.

El alcohol afecta la casi totalidad de la economía humana. Sin embargo, es a nivel del aparato digestivo y del sistema nervio so central en donde se localizan las complicaciones más seve-- ras de esta enfermedad.

En el aparato digestivo, el alcohol puede originar alteracio-- nes en el esófago, estómago, páncreas e hígado. Afecta tam-- bién otros órganos como el corazón, el sistema inmunológico, el tejido hematopoyético, la piel y la función sexual.

Las complicaciones psiquiátricas más frecuentes son, en pri-- mer lugar, la intoxicación etílica aguda, cuyos síntomas son mareos, desinhibición incoordinación motora, ataxia, disartría, vevorrea, euforia, vasodilatación y congestión conjuntival; dicho cuadro puede llegar a extremos peligrosos en caso de in-- gestión abundante y prolongada, y presentar confusión agita-- ción psicomotriz y agresividad e incluso estupor.

El alcohol ejerce también una acción depresiva e inhibidora -- en los reflejos incondicionados y congénitos. Al principio -- has sensación de euforia, bienestar y locuacidad; parecería -- que hubiera exaltación en las facultades psíquicas e intelec-- tuales. No se preocupa el individuo por las consecuencias de

sus actos, el carácter emocional se hace ostensible, la - energía motora aumenta, los movimientos son más rápidos y bruscos, pero desordenados. Por la inhibición refleja se pierde la autocrítica, la duda, la educación y la vergüenza; por ello el deseo de autoexpresión, al no poder frenar las emociones. Aparece después una cierta imprecisión de los - movimientos que exigen destreza, alteraciones de la palabra, abatimiento, depresión, tendencia al sueño, perversión de - las facultades psíquicas, disminución de la sensibilidad; - después, viene un sueño pesado, invencible, y profundo del llamado "dead drunk", inconsciencia, perturbaciones respiratorias, y muerte por paro respiratorio.

En el alcoholismo crónico hay con frecuencia carácter irrita- ble y tendencia a la agresividad, que con el mal entendido - "machismo" da lugar a riñas, lesiones, homicidios, etc. Por otra parte, relajación del núcleo familiar y desintegración del mismo, abandono del hogar y de los hijos, bajo rendimiento labora, ausentimos y las consiguientes pérdidas económicas. Está demostrado que el alcoholismo produce el 57% de los ac- cidentes de tránsito y facilita la conducta delictiva, además de la agresividad, robos y delitos sexuales. Aparte de la acción del alcohol sobre el sistema nervioso central con todas sus perjudiciales consecuencias en la actualidad, en nuestro país, la cirrosis atrofica hepática ha alcanzado alarmantes - dimensiones.

El Alcoholismo también genera alteraciones de orden bio-psico-

social, tales como los padecimientos hepáticos y lesiones cerebrales; alteraciones mentales como cambios importantes en la personalidad y conducta y pérdida gradual en la participación en la vida colectiva, con repercusiones importantes en la organización familiar

Por otra parte las complicaciones psiquiátricas por supresión son: el delirium tremens, la alucinosis alcohólica y el estado paranoide alcohólico. (José Elizondo López et al., 1977)\_\_\_/

El delirium tremens fue descrito por primera vez en 1813 por Sutton para designar la psicosis aguda sobrevenida en el alcohólico crónico y que traduce un trastorno metabólico secundario o una ingestión particularmente abundante o prolongada. Nunda se presenta durante la fase de ingestión, sino hasta el tercero, cuarto o quinto días posteriores. Va generalmente precedido de un período de apetito, agitación, irritabilidad e insomnio, con breves periodos de sueño trastornado y con pesadillas. Posteriormente aparecen ilusiones y alucinaciones visuales, haciéndose más frecuentes e intensas. A menudo, el objeto representado por ellas se anima, asustando al alcohólico.

Las alucinaciones táctiles y olfatorias así como las auditivas también pueden representarse. Puede suceder que el al--

---

\_\_\_/ Guerra Guerra Armando X. Op. cit. pp. 55.

alcoholico esté con humor eufórico y locuaz. Pronuncia fra ses incoherentes y no tiene noción del espacio ni tiempo. - Las pupilas dilatadas, reaccionan lentamente. La lengua, - los labios y los músculos de la cara también. Un temblor - grosero, agitando todo el cuerpo rubrica casi siempre este estado. Puede haber fiebre, con pulso débil, irregular y - rápido. Los reflejos están exagerados o ausentes y si exis te una enuropatía (una disfunción fisiológica al orinar) -- habrá dolor a la depresión.

La alucinosis alcohólica es también una condición que se - presenta con mucha frecuencia en alcohólicos crónicos al su primir la bebida, aunque en algunos casos los síntomas pueden aparecer durante la fase de ingestión. Se caracteriza por la presencia de alucinaciones auditivas que generalmente son de contenido amenazante y burlón. Es frecuente que el sujeto - oiga que se le califique de homosexual. Lo anterior da lugar a un estado ansiedad, inquietud, miedos inmotivados y trastor nos de conducta. Sin embargo el alcoholico tiene crítica de estas percepciones anormales y generalmente deja de beber y pide auxilio médico. Dicho cuadro suele durar de 48 horas - hasta 10 o más días, en algunos casos ya muy crónicos y que llevan también un deterioro cerebral.

El estado paranoide alcohólico suele presentarse también du- rante la fase de supresión y tiene un síntoma cardinal: deli rio de celos. Este se describe de la siguiente manera: el - alcoholico desarrolla la idea delirante de que su conyuge --

le ha sido infiel y se vuelve muy suspicaz e interpretativo de cualquier actitud, situación o circunstancia para probar le su infidelidad. Lo anterior da lugar a trastornos de conducta y agresividad injustificada, que hacen de estos sujetos individuos peligrosos. Generalmente van junto con otras ideas paranoides de persecución daño y prejuicio, aunque generalmente éstos son secundarios y tienen una duración menor.

Lo que describiré posteriormente también forman parte de las complicaciones y consecuencias del alcoholismo.

El síndrome de KORSAKOFF es una alteración caracterizada por la presencia clínica de tres síntomas: amnesia, confabulación y polineuropatía periférica, cuyo substratum orgánico radica en una deficiencia importante de vitamina B, lo que da lugar a una degeneración de ciertas áreas del sistema nervioso central. Se presenta generalmente en alcohólicos crónicos que han estado sometidos a prolongados periodos de desnutrición.

El síndrome de WERNICKE se caracteriza por oftaloplejía, pérdida de la memoria, confabulación, apatía, demencia progresiva, ataxia, obnubilación de la conciencia e incluso coma, se presenta también en alcohólicos crónicos de edad avanzada y obedece a una insuficiencia de tiamina y niacina, lo que da lugar a una acumulación del ácido pirúvico en la sangre y la consiguiente encefalopatía.

La intoxicación patológica es una psicosis alcohólica dramática y repentina, en la cual el paciente, con cantidades bajas o moderadas de alcohol presenta un cuadro caracterizado por confusión, trastornos senso-perceptivos e hiperactividad sobre todo conducta impulsiva y agresividad que puede llegar a la destructividad. Los trastornos emocionales son profundos y consisten en furia, angustia o depresión, y se acompañan frecuentemente de impulsos suicidas u homicidas. En la actualidad es universalmente aceptado que dichos cuadros corresponden a descargas paroxísticas del lóbulo temporal, por lo que está indicado el uso de sustancias antiepilépticas, que dan buenos resultados, previo estudio electroencefalográfico.

A · D O L E S C E N C I A   Y   A L C O H O L I S M O

La adolescencia se refiere a los cambios de naturaleza física, fisiológica, mental y emocional que acontece cuando el individuo se transforma de niño en adulto, y abarca el periodo que va de la pubertad a la madurez. Peter Blos, uno de los pocos psicoanalistas "ortodoxos" que ha tratado de extender y aplicar sistemáticamente los conceptos psicoanalíticos a la adolescencia, escribe: \_/ "La adolescencia es la suma total de todos los intentos de adaptarse a la etapa de la pubertad, al nuevo conjunto de condiciones internas y externas -endógenas y exógenas- con que se enfrenta el individuo. La imperiosa necesidad de enfrentarse con esta nueva situación evoca todos los modos de excitación, tensión, gratificación, y defensa que desempeñaron una función en los años anteriores, es decir, durante el desarrollo psicosexual de la lactancia y la temprana infancia. Este componente infantil es responsable del carácter excéntrico y regresivo del comportamiento adolescente; es la típica expresión de la lucha del adolescente para recuperar o conservar un equilibrio psíquico que ha sido perturbado por la crisis de la pubertad. - Antes de poder encontrar nuevas soluciones con finalidades instintivas e intereses yóicos cualitativamente diferentes deben recapitularse las necesidades emocionales y los conflictos de la temprana infancia..."

085984

Esto es, el adolescente se enfrenta con un quehacer evolutivo - de convertir sus sentimientos incestuosos en actividades heterosexuales dirigidas hacia pares de edad extrafamiliar del sexo -

---

\_/ Blos, Peter. On Adolescence: A Psychoanalytic Analysis.

Nueva York 1962. Free Press of Glencoe. pp.11 ysigs.

opuesto; al mismo tiempo de establecer una identidad que le permita a uno mismo y a los demás saber quien es uno. Esa identidad se manifiesta en los valores, roles y grupos con los que uno se compromete y a los cuales aspira.

Para Erikson la adolescencia es un periodo de moratoria psicosocial, durante el cual el individuo, por medio de la libre experimentación de roles, puede encontrar un hueco en alguna sección de su sociedad, un sitio que este bien definido y, sin embargo, parezca estar hecho únicamente para él. Al encontrarlo adquiere un sentimiento seguro de continuidad interna y de continuidad social que tenderá un puente entre lo que era como niño y aquello en lo que está por transformarse, y reconciliará su concepción de sí mismo y su reconocimiento por parte de su comunidad. Sin embargo no todos los adolescentes son capaces de adquirir este sentimiento de identidad. Erikson acuñó la expresión "difusión de la identidad" para referirse a la perturbación psicológica que refleja resultados patológicos de las tareas evolutivas específicas de la adolescencia.

De lo expuesto anteriormente podemos observar que existen elementos característicos de esta etapa transitoria: adaptación, enfrentamiento, tensión, defensa, cambio, experimentación de nuevos roles, búsqueda de seguridad, etc. La relación al parecer salta a la vista; el adolescente caracterizado por la falta de estabilidad y vulnerabilidad busca identificarse, agruparse, sentirse parte y por ello fácilmente se integra a grupos constituidos por individuos con las mismas características. Grupos que a través del uso de alcohol o drogas se "reafirman" y se "reconocen". El adolescente busca, a través del consumo de alcohol encon-

trar un lugar en la sociedad; rebelándose ante la dificultad de adaptación e interacción en el medio familiar y social.

El adolescente escoge sus propios amigos y se comporta de manera secreta en ciertas actividades. El que lo acepten los integrantes del grupo es muy importante para él, y si lo excluyen, puede buscar compañía de otros individuos desajustados. Su necesidad de ser como los demás evitando cualquier diferencia, produce patrones de conducta muy similares. En un principio, se reúne con grupos pequeños de amigos e influyen en la selección de sus compañeros ciertos méritos personales, mientras que posteriormente participan influencias sociales y económicas. Es entonces, como se puede observar, demasiado abierto el camino para que el adolescente, como forma de aceptación, o rebelión, o bien, de escape de la realidad en la cual no tiene lugar, etc., poco a poco empiece a consumir bebidas alcohólicas.

A pesar de los cambios de orden bio-psico-social, los problemas de la adolescencia son más bien resultado de la cultura particular donde el individuo se encuentra inmerso. La adolescencia es una etapa crítica para el sujeto, ya que oscila entre niño y adulto y no existe una ubicación social para él, siendo ésta la fuente generadora de sus conflictos y crisis emocionales de identidad. En nuestra sociedad, en México, las bases (culturalmente) están dadas para que se fomente el consumo de alcohol. Los medios masivos de comunicación nos atacan con publicidad cargada de mensajes que a nuestro parecer influyen en mayor grado al adolescente que a cualquier otro individuo; ya

que enfatizan en ellos (en forma subliminal) rasgos de poder , de identidad, de prestigio, etc, rasgos que son precisamente los que el adolescente busca. El adolescente con una escasez de - alternativas disponibles, y con la seducción masificante de los medios; la perdida de confianza en valores expuestos tradicionalmente; su dificultad de adaptacion e interaccion en el medio familiar y social, y el enfrentamiento como un ciudadano economicamente activo esta abierto al consumo de alcohol para asegurarse un lugar en la sociedad. \_/

---

\_\_\_/ Blom Peter. "On Adolescence a Psychoanalytic Analysis". Nueva York. 1962. Free Press Of Glencoe pp. 20-40.

M E T O D O L O G I A

### Tipo de Investigación.

La presente investigación es un estudio exploratorio transversal. Es exploratoria porque no conocemos la manifestación del fenómeno del alcoholismo en una población universitaria, se trata de detectar su grado, las variables más importantes que precipitan al consumo de alcohol. Transversal para poder obtener en un momento y situación histórica la información que nos permita determinar que es lo que influencía a ingerir alcohol, para posteriormente, en estudios subsecuentes, poder profundizar y abarcar mejor este fenómeno. Es importante señalar que los datos arrojados son únicamente válidos para la muestra y en su generalización, para la población global únicamente en el momento en que fue realizada la investigación.

Procedimiento de elección de la población que constituye la muestra.

Para la selección de la muestra, ante la imposibilidad de realizar una investigación a toda la población por limitantes de tiempo, de instrumentos materiales y humanos, se optó por una muestra representativa, de tipo aleatorio. Para ello se revisó el número de alumnos inscritos que asisten a la escuela en la Coordinación de Servicios Escolares, para poder determinar cuantos alumnos eran de cada una de las carreras, para posteriormente asignar un porcentaje proporcional a entrevistar.

Se recurrió posteriormente a la Sección de Orientación y Selección de la Universidad para obtener los porcentajes por sexo, y División Académica.

De esta manera se obtuvo la proporción de 71% de la población total que está constituida por sujetos del sexo masculino y - 29% del femenino.

Con lo que respecta a la información de individuos por carrera se obtuvo la siguiente:

Alumnos Reinscritos:

CARRERA	TIEMPO COMPLETO		MEDIO TIEMPO		TOTAL
	MATUT.	VESP.	MATUT.	VESP.	
<u>División Ciencias Básicas e Ingeniería.</u>					
Ing. Biomed.	74	37	15	26	152
Ing. Hidr.	16	26	1	8	51
Ing. Quim.	110	23	32	25	190
Ing. en Energ.	74	23	14	29	140
Física	58	6	18	3	85
Ing. Elect.	229	104	56	85	474
Mat.	48	2	18	1	69
Quim	33	2	6	5	46
<u>División Ciencias Sociales y Humanidades.</u>					
Admon.	141	365	12	85	603
Antrop.	41	61	3	18	123
Econom.	67	193	5	45	310
Sociología	31	94	6	23	154
Cien. Pol.	28	80	3	21	139
Filosofía	33	79	9	20	141
Psic. Soc.	90	268	9	60	427

CARRERA	TIEMPO COMPLETO		MEDIO TIEMPO		TOTAL
	MATUT.	VESP.	MATUT.	VESP.	
<u>División de Ciencias Biológicas y de la Salud.</u>					
Biolog.	574	36	45	18	673
Ing. Biol. Ind.	249	27	18	7	301
Ing. Alim.	277	17	21	11	<u>326</u>
			Total de alumnos Reinscritos		4404

Alumnos de Nuevo Ingreso:

## División de CBI

Ing. Biomed.	39	2	2	19	62
Ing. Hidr.	7	-	-	3	10
Ing. Quim.	49	2	3	29	83
Ing. en Energ.	46	-	1	18	65
Ing. Física	17	-	-	3	20
Ing. Elect.	131	5	7	40	183
Matemáticas	17	2	2	10	31
Química	12	-	3	6	21

## División de CSH

Admón.	33	94	3	38	168
Antrop.	15	10	3	4	32
Econom.	41	23	1	3	68
Sociolog.	25	11	-	10	46
Cienc. Pol.	24	8	-	5	37
Filosof.	24	12	1	12	49
Psic. Soc.	51	30	8	15	104

## División CBS

Biolog.	113	12	8	8	141
Ing. Biolg. Ind.	48	8	3	4	63
Ing. Alim.	99	10	3	4	<u>116</u>
				Total de alumnos de Nuevo Ingreso	320
				Total de alumnos Reinscritos	+ <u>4404</u>
					5703 =====

En base a estos datos proporcionados por la Coordinación de Servicios Escolares se obtuvieron los porcentajes reales de cada una de la Divisiones Académicas obteniendo un 42.1% para Ciencias Sociales y Humanidades, 28.4% para Ciencias Biológicas y de la Salud y finalmente 29.5% para Ciencias Básicas e Ingeniería. Para fines prácticos se tomó el 42% para CSH, -- 28.5% para CBS y 29.5% para CBI.

Para determinar el tamaño de la muestra, se realizó un pre-muestreo de las tres divisiones, empleando los listados de horarios, grupos, materias y salones de la Coordinación de Servicios Escolares, determinando una muestra aleatoria de 10 sujetos en CSH, de 5 sujetos en CBS y CBI. De la muestra de 20 sujetos, 16 consumieron bebidas alcohólicas en alta medida, así como en media; con una frecuencia regular e intermedia.

Empleando la fórmula de estimación del tamaño de la muestra para datos cualitativos:

$$n = \frac{t^2 p \cdot q}{d^2} \quad \text{---/}$$

donde:

$t^2$  = número de errores estandar de la muestra = 2

$p$  = por ciento de sujetos que consumieron alcohol = 0.80

$q$  = por ciento de sujetos que no consumieron alcohol = 0.20

$d^2$  = grado de precisión de la muestra del 95% = 0.05

$n$  = número de sujetos de que se debe integrar la muestra sustituyendo:

$$n = \frac{2^2 \times (.8 \times .2)}{.05^2} = 256 \text{ sujetos}$$

Estableciendo que 256 sujetos sería la muestra que observaría las condiciones de un 95% de precisión y con un rango de seguridad de dos desviaciones estandar del error de la muestra, se decidieron aplicar 107 cuestionarios a CSH, 72 a CBS y 77 a CBI.

De los 256 cuestionarios aplicados se obtuvieron los siguientes resultados:

	% en relación al total de la muestra.
32 sujetos no respondieron por diversas razones.	12.5%
8 respondieron en forma incompleta	3.1%
19 respondieron incorrectamente	7.4%
197 respondieron en forma completa y correcta.	76.9%

---

\_\_\_\_\_/ Montemayor García F. Fórmulas de estadística para investigadores. Colec. Científica No. 5. Instituto Nacional de Antropología, México 1973, pag. 362.

Por tanto se necesitaba averiguar si los 197 cuestionarios procesados automáticamente eran una buena muestra. Para este propósito se determinó el número de sujetos que consumieran alcohol en las cantidades y frecuencia señaladas en el cuestionario, que resultó ser de 165.

Empleando la fórmula anteriormente señalada se despejó el grado de confiabilidad o precisión que tiene la muestra de 197 sujetos con 165 casos de consumidores de alcohol.

De esta manera se tiene que:

$$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

en donde:

p = porcentaje de sujetos que consumieron alcohol = .8375

q = porcentaje de sujetos que no consumieron alcohol = 0.1625

$$197 = \frac{2^2 \cdot (.8375 \times .1625)}{(x)^2}$$

$$x^2 = \frac{.544375}{197}$$

$$x = \sqrt{\frac{.544375}{197}} = .0525 = .9475\%$$

Del resultado anterior se observó que la muestra de 197 sujetos observa el rango de seguridad de dos desviaciones estandar y con una precisión de 94.75%, es decir, 0.25% menos que el 95% buscado originalmente. Por esta razón, se decidió continuar con el procesamiento electrónico de los datos captados en los 197 cuestionarios.

## Instrumento.

El instrumento utilizado fue un cuestionario elaborado ex-pro-feso para esta investigación. Para probar su validez se piloteo entre 40 sujetos, alumnos de la Universidad, el cual arrojó ciertas deficiencias, al no captar la información requerida (ver anexo No. 1 ), posteriormente se hicieron las modificaciones pertinentes y se volvió a pilotear (anexo No. 2 ), -- quedando finalmente el cuestionario que se aplicó (ver anexo No. 3 ).

El cuestionario consta de cinco secciones: Datos generales, - Datos laborales, Datos de consumo, Datos familiares y finalmente, Datos de medios masivos de comunicación. El cual a su vez está constituido por 44 preguntas o reactivos, 6 de ellos cerrados de opción múltiple y 38 abiertas, siendo de caracter autoaplicable, ocupando un tiempo promedio para responderlo - de 13 minutos.

De los pilotesos realizados fue posible armar un precodificado a fin de categorizar las respuestas y poder facilitar y hacer homogéneas las respuestas, por ejemplo en reactivos tales como edad, trimestre, edad de primer consumo, tiempo de vivir en el D.F., se abrieron rangos o periodos. Mientras que en otros se abrieron categorías o clasificaciones.

Por otro lado, para apoyarnos y poder analizar la información, se recurrió a hacer un listado de las hipótesis subyacentes de cada uno de los reactivos.

## HIPOTESIS DE INTERPRETACION DE LOS REACTIVOS

Socio-demográfica. Se considera al sexo, a la edad, al trimestre y a la división escolar para detectar si existen cambios significativos de un sexo a otro, de un trimestre a otro, así como de una división a otra.

Laboral.

5. Trabaja actualmente.- Se supone que la carencia de una actividad básica remunerada influye en el consumo de alcohol, - ya que puede precipitar estados de depresión en el individuo y ser factor influyente en el uso del alcohol.
6. Tipo de empresa en que trabaja (pública-privada).- Se considera con el fin de detectar si el tipo de empresa donde labora determina o no que se de el consumo de alcohol a través de la integración grupal por medio de conductas o normas pre-establecidas, principalmente las relaciones de tipo social tales como reuniones, convivencia, etc. con amigos del trabajo.
- 7/8. Está agusto en su trabajo. Le gusta el trabajo que desempeña.- Se trata de detectar si existe correlación entre la insatisfacción (frustración), tanto en la actividad como en el ambiente laboral y el consumo de alcohol, ya que es posible que se emplee éste como evasión a las situaciones laborales.
9. Tiene posibilidad de relacionarlo con su carrera.- Se supo-

ne que cuando no existe relación entre las actividades laborales y escolares surge un conflicto de roles que se traducen en tensión, la cual es aminorada con el uso de bebidas alcohólicas.

10. Actividad que desarrolla.- Apoyándose en la investigación de Juan Lafarga, se trata de encontrar la relación entre -- una actividad laboral y el consumo de alcohol.
11. En qué gasta el dinero que gana.- Se trata de detectar si - el excedente de dinero es utilizado para diversiones y si - de alguna manera está incluido el beber.
- 12/13. En qué ocupa su tiempo libre. Qué le gustaría hacer en su tiempo libre.- Refuerza la pregunta anterior. Se pretende conocer si el ocio como actividad predominante en su tiempo libre es precipitante al consumo de alcohol.

#### Consumo.

14. Ha consumido bebidas alcohólicas alguna vez.- Se trata de tener un dato de prevalencia acerca del consumo en la población estudiada.
- 15/16. Edad en que las consumió por primera vez. Por qué.- Es importante tener el dato de la edad inicio con el fin de conocer la evolución natural del fenómeno de consumo de alcohol y - las razones aunadas a esto.
17. Tipo de bebida que toma comunmente.- Se trata de detectar - el grado y prevalencia de bebida.

18. Cantidad que acostumbra tomar.- Cantidad que ingiere a fin de poder determinar que tipo de bebedor es el individuo.
19. Cuándo consumió alguna bebida por última vez.- Relacionando lo con los datos obtenidos en la pregunta 17, 18 y esta última se podrá estratificar al individuo y determinar si se encuentra en alguna fase de desarrollo del alcoholismo.
- 20/21. En dónde. Por qué.- Lugares de consumo y ocasiones con el fin de detectar el tipo de situaciones que inducen al consumo de alcohol.
22. Ha tenido algún problema por beber.- Detectar los problemas que percibe el sujeto como relacionados con el uso del alcohol.
23. Ha tenido algún incidente por beber.- Detectar algunos incidentes acaecidos por el uso de alcohol en la población estudiada.
24. Sus amigos consumen alcohol (todos, algunos, ninguno, no sabe).- Se trata de detectar si el uso de alcohol es condición para la aceptación y pertenencia al grupo de referencia del individuo.
- 25/26. Sus hermanos consumen. Sus padres consumen. Quién.- Se supone que el ambiente familiar puede ser precipitante para el consumo de alcohol.

Datos familiares.

28. Usted es originario de.- Apoyándose en la investigación de De la Garza, se supone que el hecho de alejarse de la provincia para radicar en la ciudad provoca en el estudiante -

un choque transcultural que puede traducirse en el uso de alcohol.

29. Tiempo que tiene de vivir en el D.F.- Corrobora y amplía la pregunta anterior, además de proporcionar información adicional sobre el período de transculturación ocurrido.
30. Principalmente vive con.- Detección de factores depresivos surgidos por la carencia de nexos afectivos, lo que puede traducirse en consumo de alcohol.
- 31/32. Su familia es originaria de. Radican sus padres en el D.F.  
33. Tiempo que tienen su padres de radicar en el D.F.- Etiología del consumo de alcohol en el sujeto como respuesta a la desintegración familiar.
- 34/35. Edad de sus padres.- Detección de problemas de comunicación generacional que potencien al individuo al uso de alcohol.
- 36/37. Escolaridad de sus padres.- Detección del grado de cultura de los padres del sujeto con el fin de correlacionarlos con el consumo de alcohol.
- 38/39. Actividad de sus padres.- Dato socio-económico familiar del individuo y posible correlación con el consumo de alcohol.

Datos de medios masivos de comunicación.

40. Enumere los comerciales de bebidas alcohólicas que recuerde. Se trata de detectar cuál es el valor subyacente predominante en el individuo que le atribuye a las bebidas alcohólicas, de acuerdo al código publicitario.

- 41/42. Se trata de detectar el período que permanece el individuo -  
43. expuesto al bombardeo publicitario y su correlación con consumo de alcohol, como resultado de un condicionamiento operante.
44. Al finalizar la universidad qué espera.- Se trata de conocer si el individuo tiene expectativas como un devenir de su situación actual como estudiante y su terminación de estudios, con la correlación de consumo de alcohol.

Procesamiento de datos.

La encuesta exploratoria de consumo de alcohol se procesó - empleando un sistema de software denominado "sistema procesador de información económica" (SPIE). Este paquete está diseñado para tratar de procesar únicamente información económica, pero dada su flexibilidad y la naturaleza de las funciones integradas a este sistema es factible analizar la información en términos cualitativos. Para este propósito, del - total de cuestionarios, una vez realizada las depuraciones - convenientes (falta de respuesta y/o respuesta errónea) se - procesaron únicamente 197 cuestionarios, recodificando la información con los valores 1 y 0; el valor uno indicaría que la característica que se quiere analizar (edad, trabajo, etc.) se encuentra en el individuo entrevistado y - cero cuando la característica no se registra en el cuestionario. De esta manera se integraron series de tiempo con 197 - observaciones, en donde las series representan a cada uno de los entrevistados y las observaciones, se refieren a las 146 características que contempla el cuestionario.

Con este concepto de serie de tiempo se integró una primera matriz de datos con un rango de 197 por 146 (ver anexo, sección I, pág. 1). En base a esta matriz se procedió a verticalizarla o transponerlas, es decir, que lo que antes era -- una característica (observación) ahora es serie de tiempo, y lo que antes era serie de tiempo se convirtió en observación (entrevistados); esta matriz en lugar de tener un rango de - 197 x 146 su rango es de 146 por 197, es decir, se verticalizaron las series horizontales (ver anexo, sección II, pág.

117).

En base a la matriz con series horizontales se logró integrar un cuadro básico de la encuesta exploratoria, ya que se integró un archivo en donde se sumaran los 197 entrevistados con sus -- características con las 146 observaciones y/o características -- del cuestionario. Este cuadro básico registra la frecuencia -- con que aparece una característica en los 197 sujetos estudia-- dos (ver anexo, sección III, pág. 222).

Empleando la matriz que verticaliza las series horizontales, es decir, la matriz cuyo rango es de 146 X 197, se logró realizar los cruces de información que permitían determinar característi-- cas compuestas de la población estudiada, así por ejemplo, los sujetos con alto consumo de alcohol clasificados por categoría laboral se procesaba como el producto de las series siguientes: Alta cantidad de consumo de alcohol por frecuencia regular en el consumo por sujetos que trabajan = a la serie 1878. Alto -- consumo (cantidad) por frecuencia regular por sujetos que no -- trabajan = a la serie 1879. (ver anexo, sección IV, pág. 224).

Las series 1878 y 1879 se acumularon, esto es, ir sumando cada una de las observaciones en donde se registran la característi-- ca o características que nos interesa analizar en 197 entrevis-- tados. Estas series acumuladas determinan el conjunto o subcon-- junto que interesaba analizar.

Por último, empleando los datos del cuadro básico o perfil ge-- neral de la encuesta, junto con los obtenidos, al realizar los cruces de información se logró configurar los 22 cuadros que --

permiten demostrar y comprobar las hipótesis que se propone en este estudio (ver anexo, sección V, pág. 252).

El procesar la información seleccionando el paquete SPIE, - permite procesar cruces de información en forma infinita, - además de que se accesa al sistema en forma interactiva, lo que permite un procesamiento fluido sin interrupción y de resultados rápidos. Como alternativa de paquete de procesamiento se contempló al Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), pero en muy pocas universidades o instituciones - lo tienen operando en forma conversacional y adicionalmente - requiere una serie de comandos en formato de programación con el propósito de integrar los cruces de tablas (crosstabs) y tiene 12 cruces como máximo.

De esta manera, empleando el paquete SPIE en relación al SPSS se obtienen las siguientes ventajas:

1. Acceso directo e interactivo al sistema.
2. No requiere ningún comando de programación cuando se accesa al sistema.
3. Puede procesar un número infinito de cruces de información

RESULTADOS DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA

CUADRO BASICO DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA DE CONSUMO DE AL-  
COHOL EN LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA EN EL PLAN--  
TEL DE IZTAPALAPA.

Este cuadro básico nos señala el consumo de alcohol y tiene por objeto describir a la población estudiada que constituyó la muestra para la presente investigación.

La muestra guarda las proporciones de la población global, es decir, está constituida por un 71% de hombres, 29% de mujeres; que a su vez está formada de 42% de la División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades, 28.5% de la División de Cien--cias Biológicas y de la Salud, y, 29.5% de la División de Cien--cias Básicas e Ingeniería.

En dicho cuadro se registran las frecuencias y sus porcentajes de cada una de las características consideradas del cuestionario así como los resultados porcentuales. Como vía metodológica se sigue el esquema del cuestionario, es necesario ver dicho cuadro sobre todo los anexos en los cuales se encuentran los resultados del procesamiento electrónico de datos.

El total de la población estudiada fueron 197 alumnos de dicho plantel de la UAM, que fueron elegidos en base a las proporciones que hemos descrito, distribuyéndose de la siguiente manera 83 sujetos de la División de CSH, 56 de CBS y 58 de CBI; tanto el sexo masculino como del femenino, siendo el 71% hombres y 29% mujeres respectivamente.

El cuadro básico se divide en cinco secciones, que son las siguientes:

Sección I	Datos Generales,
Sección II	Datos Laborales,
Sección III	Datos de Consumo de Bebidas Alcohólicas,
Sección IV	Datos Familiares, y
Sección V	Datos de Medios Masivos de Comunicación.

Sección I. Datos Generales. La población se encuentra en su mayoría entre las edades de 21 a 23 años y cursan alguno de los trimestres en la Universidad, siendo en mayor proporción los que cursan del primero al cuarto trimestre.

Sección II. Datos Laborales. Tenemos que el 36.04% de la población estudiada trabaja, mientras que el 63.95% no. De estas poblaciones, el 56.33% de los que laboran lo hacen en una empresa pública y el resto en una empresa privada. De los que trabajan, el 83.09% está agusto en su trabajo y el 16.9% no lo está. De los mismos sujetos que trabajan el 54.92% lo pueden relacionar con su carrera, mientras que el 45.07% no lo relaciona.

El estar a gusto en su trabajo y sobre todo tener una actividad remunerada puede ser considerada como un aliciente para realizarse individualmente, por otro lado en los jóvenes que se están preparando para ser productivos y que carecen de experiencia puede crear tensión e inducirlos a consumir alcohol.

En cuanto a actividades de tiempo libre ocupa en primer lugar

las actividades de tipo cultural con un 42.5%, en segundo las actividades de ocio con un 35.5% y en último las deportivas. Por otro lado de las actividades que les gustaría hacer tenemos en primer lugar las actividades de tipo de ocio con un 47.08 en segundo las culturales con un 26.98% y en último las actividades deportivas.

De lo anterior podemos inferir que por ser una población estudiantil y pertenecer a un nivel cultural elevado puede ser que las actividades culturales que realizan en su tiempo libre sea complemento de su educación, y que en realidad lo que realizan, como lo señala el segundo porcentaje por orden cuánto son las actividades de ocio, tales como ver televisión, ir a días de campo, dormir ya que el ritmo que exige el estudiar y prepararse realmente no queda tiempo libre, si realmente cumplen con su rol de estudiante, y lo que quieren es descansar.

Por otro lado el deseo de llevar a cabo actividades de ocio confirma nuestro supuesto, ya que ante la disyuntiva de realizar o no actividades productivas o benéficas (deporte, lectura actividades culturales, etc.), se puede precipitar el consumo del alcohol. Es en esta coyuntura en donde se puede presentar el consumo como un escape de la responsabilidad que implica el cumplir con un rol; rol que se pretende alcanzar como profesionista, teniendo en consideración también que el joven adolescente se caracteriza por sus cambios bruscos de opinión.

Sección III. Datos de Consumo de bebidas alcohólicas. Encontramos que el 92.8% del total de la población de nuestra -- muestra ha consumido alguna vez bebidas alcohólicas, mientras que un 7.10% nunca ha consumido. Del total que han consumido, el mayor porcentaje se encuentra en el rango de 10 a 16 años su primer consumo, con la razón predominante en dicho total por agradar a otros.

De los datos podemos inferir que los sujetos consumen por primera vez al iniciar la edad adolescente, tal vez como especie de "iniciación" en la edad adulta, pues sienten la necesidad de probar que ya no son niños ni desean que se les siga considerando como tales, pero al no existir normas sociales para los adolescentes, oscilan entre niños y adultos, desean demostrar a los amigos y familiares que pueden hacer cosas que los adultos realizan y les repercute en su imagen. Es conocido que se tiene la imagen de que el que "bebe mucho es muy macho", de que el que "aguanta más" es fuerte, que el que se emborracha pronto es un débil y tonto; entre otros estereotipos que se tienen del bebedor y si a esto aunamos el constante reforzamiento que emiten los comerciales a estas imágenes, el valor familiar que representa el beber, tenemos que el joven resulta ser un sujeto vulnerable para ser un consumidor de bebida alcohólicas.

En cuanto a los datos arrojados por frecuencias en razones por las que consumió por primera vez, encontramos un 61.20% en agradar a otros y, siguiendo en orden de importancia cuántica, con un 24.59% lo hizo por curiosidad, vemos que nuestro supuesto no resulta tan discordante.

Entre el tipo de bebida que encontramos con mayor prevalencia en los sujetos figuran los licores destilados, tales como ron, whisky, brandy, etc. con un 47.15% y la cerveza con un 30.05%. A estos datos podemos añadir que curiosamente son las bebidas alcohólicas que mayormente se promueven publicitariamente y de mayor venta. Aparentemente cuando una compañía productora de bebidas alcohólicas va a lanzar un nuevo producto satura los medios masivos de comunicación con su propaganda y los comercios con su producto y logra realmente captar altas ventas. - Mencionamos esto, pues parece interesante que las ventas y por consiguiente el consumo de bebidas alcohólicas dan indicios de que se bebe por un condicionamiento que hábilmente manejan los publicistas y explotan increíblemente. \_\_/

De las cantidades consumidas, el 50.81% tomaron más de 200 ml. y con respecto a la frecuencia el 42.62% en la última semana al levantamiento del cuestionario, siendo el lugar más importante de consumo la casa, con un 40.43%, predominando justificaciones de su último consumo razones de tipo no social como placer y costumbre con un 41.53%.

Los datos anteriores nos hablan de un alto consumo con una frecuencia regular en la población estudiada, donde el lugar nos sugiere que de alguna manera los sujetos buscan seguridad, la seguridad familiar, de un querer demostrar ante las personas - con quien vive o si es invitado que él "puede beber", imprimiéndose imagenes estereotipadas que se adjudican al bebedor, supuesto que encaja con la razón por la que bebió: placer, costumbre.

---

\_\_/ Packard, V. "Las formas ocultas de la propaganda". Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 2a. Edición 1973.

En cuanto a los problemas por beber, tenemos en primer lugar los familiares y de salud con un 32.14 cada uno, en segundo lugar tenemos los problemas escolares y en tercer término los económicos.

Por incidentes por beber tenemos mayor frecuencia en los regaños con un 47.36%, 14.03% en altercados y riñas respectivamente, y 10.52% con incidentes de choques.

Los datos anteriores nos hablan de los problemas que los sujetos perciben causados por beber, mientras que los incidentes son las manifestaciones problemáticas acarreadas por beber. De esta manera vemos que coinciden por orden porcentual de importancia los problemas familiares con los de regaños, problemas de salud con manifestaciones violentas, los problemas escolares con choques. Aparentemente no existe una relación pero analizándola detenidamente parece ser posible que exista una conexión, por ejemplo los problemas familiares sí resulta obvia, pero los de salud con manifestaciones violentas como altercados o riñas no es clara. Suponemos que una persona que bebe con alto consumo empieza a tener deterioro neuronal, trastornos físicos de diversa índole que lo hacen susceptible y violento, fácil de exaltar, etc. entonces estando en esta situación ante el menor percance reacciona violentamente. En el caso de los problemas escolares con choques tenemos que un suje

to que tiene un alto consumo de alcohol sufre los trastornos que ocasiona el alcohol, reduciendo su rendimiento psíquico que afecta sobre todo a la atención, la memoria, la capacidad crítica y el juicio todos éstos elementos indispensables para labores de tipo estudiantil, mismos elementos que se requieren para un buen conductor, al decrecer su rendimiento, reduce también sus capacidades, lo que por un lado lo lleva a problemas escolares por otro, en su manifestación lo lleva a choques.

Entre las amistades que beben tenemos un 63.95% de los sujetos que reportaron que algunos de sus amigos bebían, mientras que un 28.937% reportaron que todos sus amigos bebían.

Estos datos asociados a la edad en que se consumió por primera vez y su razón podemos inferir que el consumir alcohol implica de alguna manera una condición para la aceptación y pertenencia al grupo de referencia, inferencia que encaja con lo que les gustaría hacer en su tiempo libre actividades de ocio como ver a los amigos, ir de días de campo, etc. actividades todas ellas de convivir con su grupo de referencia.

En cuanto a consumo familiar tenemos que el 49.47% de los sujetos reportaron tener hermanos que si consumían y el 50.52% restante declaró que no consumían, por parte paterna tenemos que el 61.22% de los sujetos afirmaron que sus padres si consumían, el 33.62% ambos padres y el 5.10% únicamente su madre.

Es importante señalar el alto consumo familiar, lo cual es in

dicador posible del consumo por parte del sujeto. Es así como el sujeto ve a su familia como la causante de sus problemas aunque no hace de manera directa la relación, al señalar el consumo; ya que éste posee la propiedad de ser lubricante de las relaciones sociales y sobre todo de la familia. Por otra parte nos está indicando que es probable que el patrón aprendido dentro de la familia, en cuanto a el consumo del alcohol, sea un elemento que posteriormente repercuta en la vida del sujeto adulto tal sería bajo los aspectos de frecuencia, cantidad, aspectos asociados al consumo, tales como las justificaciones sociales o no etc.

Al indagar sobre el origen de los sujetos reportaron 92 no ser originarios del D.F., de los cuales el 21.73% son de la región Norte del País, 27.12% del Sur y 51.08% del Centro de la República. Es importante denotar que existen tres sujetos extranjeros, un guatemalteco, un panameño y un argentino; lo cual nos puede hablar de la migración y el consumo del alcohol, como una forma adaptativa al ritmo de vida, los valores y cultura de la ciudad. Si entendemos que al emigrar de su zona de origen a la metrópoli, el sujeto ha sufrido un choque cultural, tal choque con la ciudad y su cultura le producen al sujeto un problema de adaptación que se puede ver traducido en consumo de alcohol, así como el patrón aprendido en la infancia a través del consumo familiar, etc. puede ser otro factor precipitante del uso del alcohol en forma acentuada. Por otro lado, si vemos que es un sujeto que ha emigrado requiere de un lugar de residencia y los sujetos con los que vive los podemos considerar como ami-

gos, ahora bien, si a esto anadimos que entre los amigos se da un alto consumo de alcohol, como ya vimos, lo cual hace al sujeto de estudio ser propenso a usar el alcohol con la finalidad de tener un grupo de referencia así como un grupo que le dé y le brinde seguridad y afecto.

Por otro lado, se encuentra el tiempo de radicar en el D. F. de los cuales tenemos que el 33.5% de los sujetos señala tener de 1 a 5 años, el 28.5% de 11 a 20 años y el 14.13% de 6 a 10 años, el resto de la población señaló tener más de 21 años de radicar en la ciudad.

Con estos datos nosotros inferimos que son sujetos que ya han vivido aquí y que el fenómeno de la transculturación les ocurrió directamente a ellos y a sus familias, lo cual puede ser un indicador así como una relación directa con el consumo de alcohol.

La población que ha emigrado, una porción amplia de ella vive con su familia, el 61.92%, el 18.78 vive con amigos, el 6.9% con parientes y el 5.58% solos. Es importante destacar el 18.78% de sujetos que viven con amigos para señalarla como una población con alto riesgo al consumo del alcohol por todo lo señalado anteriormente.

En lo referente al origen familiar tenemos que las familias en un 69.03% reportaron no pertenecer al D.F., de las cuales 18.38% son del norte, 27.20% del sur y 54.41% del centro. Por residencia de los padres encontramos que una gran porción de ellos residen ya en el D.F. Con este punto se confirma el hecho de la migración tanto individual como familiar y podemos afirmar el choque transcultural, así como su relación directa en el consumo de alcohol. Por el tiempo de radicar sus familias en el D.F. tenemos que gran porción de ellas rebasan los 20 años, solo la pequeña porción que queda tienen entre 1 y 20 años, osea, que hay una pequeña porción de la población estudiada que está sufriendo directamente el choque de la migración, por otro lado, todos ellos han sido la primera generación de emigrados de otras regiones a la ciudad.

En cuanto a la edad de los padres, el 55.83% señalaron que su padre era mayor de 50 años y el 35.53% son menores, el 8.62% no dió información. Mientras que las madres fueron mayores de 45 años en un 60.40%, menores en 36.29% y no había información de su edad en un 3.29%. Lo cual nos habla de que el cambio de valores es poco probable en estas personas, lo cual acarrea que se le exiga al joven estudiante conservar los valores familiares que de alguna manera chocan con los valores de su realidad social en la ciudad, significando así pues conflictos que son aparentemente superados a través del consumo de alcohol por parte de toda la familia.

La escolaridad de los padres se haya con mayor frecuencia entre la educación primaria con 34.22%, 31.55 con estudios universitarios, 17.64% con secundaria y 13.90% con preparatoria y el 0.53% señalaron a sus padres sin escolaridad. La escolaridad puede ser un elemento que nos relacione el consumo de alcohol con alguna otra variante.

En lo referente a la escolaridad de las madres, se encuentra en mayor frecuencia sobre todo los estudios primarios, las cuales tienen 45.69%, 19.89% han estudiado secundaria y preparatoria respectivamente y quedando en último término las madres con un nivel universitario con un 11.29%. Es importante señalar aquí el dato cultural que salta a la vista: la mujer segregada del proceso productivo, por lo cual no tiene caso que estudie, que se supere. Ello se ha visto reflejado en la educación recibida, dada la alta frecuencia de baja escolaridad.

Por otro lado se encontró alto consumo de alcohol por parte de los sujetos estudiados con madres con grados universitarios, lo cual nos hace que pensemos que el consumo de alcohol también está relacionado con el abandono de la madre hacia sus hijos, suponiendo que la madre al haber llegado a un grado universitario, desarrolla una actividad profesional por lo cual se puede deducir que por un lado sus expectativas distan de ser la "madre mexicana" y por el otro puede existir poca interacción entre la madre y el hijo y más aun la posibilidad de abandono. El consumo de alcohol puede fungir como sustituto de la madre, desde un punto de vista psicoanalítico.

Respecto a la actividad laboral del padre, un 54.23% pertenecen al rango de oficio; esto es actividades desarrolladas desde su lugar de origen, en este rango se incluyen también oficios de plomero, carpintero, etc.; el 34.46% son profesionistas y un 11.29% técnicos. Dentro de las actividades de la madre tenemos que el 73.65% se dedican al hogar, 10.75% a actividades laborales de oficio, 12.90% son profesionistas y 2.68% son técnicos. Estos datos nos hablan de que lo que predomina son padres que se dedican a oficios y madres que se dedican al hogar; nos indican también una cultura migrante, ya que la mayoría de ellos pertenecen al grupo de los que no son originarios del Distrito Federal y cuyo trabajo (oficio) ha sido transferido desde su lugar de origen. Es de suponer que no se aceptan los valores sociales y culturales de la ciudad, en donde todos los integrantes de la familia tienen que contribuir al sosten de la misma. - Esto representa un choque transcultural del sujeto lo cual puede ser un factor precipitante para el consumo de alcohol. Por otra parte se encuentran los elementos de grupo de referencia, sobre todo el laboral del padre, en el cual se puede dar el consumo de alcohol.

Sección V. Datos de Medios Masivos de Comunicación. En este apartado analizamos los elementos que comportan los medios publicitarios. Se trató de evaluar la penetración e influencia que han tenido los medios de comunicación a través de los comerciales.

Según el valor subyacente de los distintos tipos de comerciales encontramos que el 34.84% prefieren comerciales de prestigio, 20.70% los de sociabilidad, 18.18% los de poder, 15.65% los de violencia (en el sentido de agresividad sexual) y exclusivamente 10.60% aquellos comerciales que reflejan seguridad. Estos datos nos están reflejando que los sujetos consumen por prestigio, ya sea familiar o social; al hacer referen

cia del elemento social estamos hablando de sus amigos, por un lado se bebe más y se "aguanta más" para tener prestigio, así como, por otro lado, el tomar bebidas que den ese prestigio o estatus está señalado como se apuntará más adelante - al ver que los licores tales como los whiskys, brandys y rones son los más consumidos. Por otro lado se encuentra el - aspecto de la sociabilidad, elemento que produce y es coadyuvador el alcohol, ya que al producir desinhibición y cierto tipo de labia permite establecer contactos. Luego le siguen los comerciales que denotan poder aquí probablemente podríamos aspirar e inferir de estos datos que internamente se está manejando la situación de "yo puedo beber hasta que yo -- diga basta", es una circunstancia en la cual el sujeto puede controlar su ingesta de alcohol, pero el mismo sujeto no se da cuenta de cuando ha tomado una copa de más porque su racionalidad no es lo suficientemente fuerte como para soportar los embates del alcohol además, si se está en una situación agradable y se está en circunstancias que le brinda -- prestigio al sujeto si se está en un rato de ocio, si se está con los amigos y ello está facilitando la sociabilidad -- del sujeto en en su trabajo o en sus relaciones laborales le va a producir que se exceda en el beber. Hay un elemento importante y que merece un señalamiento especial es lo denominado violento, hacemos referencia a la violencia en el sentido de agresividad sexual, ya que muchos comerciales implican una sexualidad salvaje, otros implican que al destapar esas botellas tendrá el sujeto una amante ideal que además de realizar el acto sexual con él, lo refrescará, etc. son asociaciones que están de alguna manera propiciando que el consu-

mo de alcohol se incrementa y como veremos más adelante en las horas de exposición a los comerciales televisivos, hay un alto grado de relación entre el consumo de alcohol y las horas de exposición al bombardeo publicitario de las bebidas alcohólicas. \_\_\_/

En cuanto a los días que vio televisión el sujeto en la última semana previa al levantamiento del cuestionario encontramos que vieron de cero a dos días el 60.94%, vieron de cinco a siete días a la semana el 24.26% y de tres a cinco días el 14.69%. Este dato nos puede reflejar que el ver la televisión es una actividad esporádica por un lado ya que una gran porción de la población, arriba de la mitad, la vieron menos de dos días a la semana, pero existe un tercio de la población que la ha visto casi toda la semana o sea de 5 a 7 días de la semana, esto nos puede hablar, con el número de horas, del bombardeo al que ha sido expuesto y si recordamos a la teoría del aprendizaje, veremos que la constante repetición y recepción de un mensaje ha dejado una huella némica en nuestras mentes y que si dichas huellas es de alcohol que a su vez es presentada a través de las imágenes de sociabilidad, aceptación, prestigio y poder es factible así pues que cuando estemos en una situación que nos cause problema nos evadamos y busquemos a través del alcohol la situación ficticia de dicha sociabilidad y dicho bienestar.

En cuanto al número de horas que vio la televisión el sujeto durante la última semana tenemos que el 52.35% la vieron de

---

\_\_\_/ Packard, V. "Las formas ocultas de la propaganda". Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 1973.

cero a cinco horas, el 27.64% la vieron de 6 a 10 horas y en un 20% la vió de 11 a 20 horas o más. Esto nos está indicando que el tiempo de permanencia es breve, que lo máximo que la mitad de la población vería la televisión serían 5 horas - aproximadamente. Este señalamiento no tendría importancia - si no atendiéramos el horario en que es vista la televisión, ya que es más factible que en horarios nocturnos, como veremos posteriormente, sean transmitidos el mayor número de comerciales con contenidos alcohólicos, así como la invitación a la ingestión de alcohol es sumamente alta. Probablemente - ello se deba al tipo de población que captan dichos horarios televisivos como al tipo de programación señalados para estas horas.

En cuanto al horario se señaló como más frecuente que la ven por la noche el 77.83%, el 18.04% en las tardes, el 4.12% en las mañanas y el 2.57 por la madrugada. Ello nos puede indicar que los horarios en los cuales los sujetos prefieren consumir alcohol son precisamente los horarios en que mayormente se emiten anuncios de bebidas alcohólicas, y si se está con amigos o el tener problemas familiares de alguna manera pueden ser limado, lo haremos por la fórmula fácil que presenta la televisión, ya que estamos aprendiendo una forma nueva de relacionarnos con nuestra familia a través del alcohol y la televisión; y si añadimos a esto el problema - de migración, de la baja escolaridad paterna, la permanencia de la madre en el hogar; estos factores pueden ser indicadores del alto consumo de alcohol. Con lo cual podemos ver que el ingerir alcohol puede tener relación directa si

es publicitado o no, así como tendrá una relación con el problema que presenta el sujeto, con su situación de emigrado o no de la ciudad con su situación laboral y escolar así como con todas aquellas situaciones que le provoquen tensión y que, para aminorarla utiliza la fórmula del alcohol.

Finalmente como un apartado distinto, pero sumamente importante, se encuentra el aspecto de la expectativa de la población estudiada el 60.91% señaló tener expectativa al salir de la Universidad, mientras que el 39.08% no señaló -- tener expectativa. Conviene señalar que este puede parecer un dato contradictorio ya que por el simple hecho de encontrarse en la Universidad, en una situación de stress o que produce tensión, ya existe de alguna manera no manifiesta una expectativa que el sujeto no ha hecho conciente, por otro lado el carecer de expectativa nos puede hablar de un problema de estructura de personalidad de estos sujetos ya que si bien no tienen metas en la vida es el momento de ir las forjando si tomamos en cuenta que la mayoría de la población se encuentra entre los 20 y 23 años, etapa en la cual se forman las metas que conciente o inconcientemente son expectativas.

En cuanto a los sujetos que tienen expectativa alta, la tensión que produce la expectativa y el no lograrla puede producir en el sujeto consumo de alcohol, esto lo vemos claramente si a esta variable le añadimos que una alta porción de los sujetos, que es el 63.95% carecen de trabajo, si la ex-

pectativa de ingresar a la Universidad para encontrar trabajo fácilmente ello está provocando tensión en el sujeto entre lo que espera y su realidad y al no poderlo resolver de una manera adecuada, se está precipitando al consumo de alcohol.

Así pues podemos ver que los elementos detectados por el cuestionario, tales como son las diversas áreas que sondeamos están hablando de una relación directa entre la problemática del sujeto y el consumo de alcohol. Sugerimos que para futuras investigaciones se sonde en cuestionario por separado por cada una de las áreas abarcadas por este cuestionario, para que la información vertida sea más exacta y completa, así como, para poder delinear alguna acción de prevención y tratamiento del consumo de alcohol, dentro del campo universitario.

CUADRO BASICO DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA DE  
CONSUMO DE ALCOHOL

CARACTERISTICAS POR SECCION DEL CUESTIONARIO	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		TOTAL	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
ocupación: Semi-Profesionista	17	68	6	24	2	8	25	100
Atención al Público	12	60	3	15	5	25	20	100
Técnico	2	66	1	33	0	0	3	100
Oficio	3	100	0	0	0	0	3	100
asta su Dinero en: Personal Básico	25	64	7	17	7	17	39	100
Personal Accesorio	19	44	16	37	8	18	43	100
familiar Básico	9	52	4	23	4	23	17	100
familiar Accesorio	0	0	1	100	0	0	1	100
otros.	0	0	0	0	0	0	0	0
ocupación de su Tiempo Libre: Cultural	29	34	24	28	32	37	85	100
Deportiva	20	45	10	22	14	31	44	100
Ocio	31	43	29	40	11	15	71	100
de le gustaría hacer en su -- Tiempo Libre: Cultural	23	45	13	25	15	29	51	100
Deportiva	14	28	16	32	19	38	49	100
Ocio	36	40	29	32	24	26	89	100
n III. Datos de Consumo de Bebidas Alcoholicas.	--	--	--	--	--	--	--	--
Consumen: SI	79	43	52	28	52	28	183	100
NO	4	28	4	28	6	42	14	100
ad que consumió 1a. Vez: 10 - 16	36	35	33	32	33	32	102	100
17 - 20	38	50	19	25	19	25	76	100
21 - 23	4	100	0	0	0	0	4	100
+ 24	1	100	0	0	0	0	1	100

CUADRO BASICO DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA DE  
CONSUMO DE ALCOHOL

CARACTERISTICAS POR SECCION DEL CUESTIONARIO	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		TOTAL	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel.
Sección I: Datos Generales	--	--	--	--	--	--	--	--
Sexo: Masculino	52	37	37	26	51	36	140	100
Femenino	31	54	19	33	7	12	57	100
Edad: 17 - 20	22	29	23	30	30	40	75	100
21 - 23	35	42	26	31	22	26	83	100
24 - 27	19	65	5	17	5	17	29	100
+ 28	7	70	2	20	1	10	10	100
Trimestre: 0 - 4	23	26	24	27	39	45	86	100
5 - 8	44	61	11	15	16	22	71	100
9 - 12	16	40	21	52	3	7	40	100
Sección II: Datos Laborales	--	--	--	--	--	--	--	--
Trabajan: SI	46	66	12	15	13	18	71	100
NO	37	28	44	35	45	35	126	100
Tipo de Empresa: Pública	27	67	8	20	5	12	40	100
Privada	19	61	4	12	8	25	31	100
Le gusta su trabajo: SI	36	61	11	18	12	20	59	100
NO	10	83	1	8	1	8	12	100
Le gusta su trabajo: SI	35	61	10	17	12	21	57	100
NO	11	78	2	14	1	7	14	100
Puede relacionarlo con su carrera: SI	25	64	7	17	7	17	39	100
NO	21	65	5	15	6	18	32	100
Ocupación: Profesionista	12	63	2	10	5	26	19	100



CUADRO BASICO DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA DE  
CONSUMO DE ALCOHOL

CARACTERISTICAS POR SECCION DEL CUESTIONARIO	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		TOTAL	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel.
Razón de Consumo: Invitación	14	66	4	19	3	14	21	100
Placer, costumbre	27	35	21	27	28	36	76	100
Celebración	18	38	14	29	15	31	47	100
Otros (Casual, antojo, pasar - el rato, etc.)	20	51	13	33	6	15	39	100
Problemas por beber: Familiar	6	33	6	33	6	32	18	100
Salud	7	38	7	38	4	22	18	100
Laborales	1	100	0	0	0	0	1	100
Escolares	2	25	4	50	2	25	8	100
Económicos	1	14	4	57	1	28	7	100
Judiciales	1	100	0	0	0	0	1	100
Otros	3	100	0	0	0	0	3	100
Accidentes por Beber: Altercados	5	62	2	25	1	12	8	100
Peñas	5	62	0	0	3	37	8	100
Chóques	3	50	1	16	2	33	6	100
Peñaños	10	37	11	40	6	22	27	100
Peñones	3	60	1	20	1	20	5	100
Otros	2	66	1	33	0	0	3	100
Distintas que Beben: Códigos	18	31	20	35	19	33	57	100
Algunos	63	50	31	24	32	25	126	100
Ninguno	0	0	3	75	1	25	4	100
No sabe	2	20	2	20	6	60	10	100
Consumen sus hermanos: SI	41	43	26	27	27	28	94	100

CUADRO BASICO DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA DE  
CONSUMO DE ALCOHOL

CARACTERISTICAS POR SECCION DEL CUESTIONARIO	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		TOTAL	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel
Consumen sus hermanos: NO	39	40	29	30	28	29	96	100
Consume su Madre	1	20	2	40	2	40	5	100
Consume su Padre	22	36	20	33	18	30	60	100
Consumen Ambos	17	51	5	15	11	33	33	100
ción IV. Datos Familiares	--	--	--	--	--	--	--	--
Son originarios del:								
Norte	7	35	8	40	5	25	20	100
Sur	10	40	6	24	9	36	25	100
Centro	18	38	16	34	13	27	47	100
Años de vivir en el D.F.:								
1 - 5	20	31	24	37	20	31	64	100
6 - 10	9	60	1	6	5	33	15	100
11 - 20	16	59	6	22	5	18	27	100
+ 21	34	40	24	28	27	31	85	100
Vive con: Solo	4	36	3	27	4	36	11	100
Parientes	5	41	6	50	1	8	12	100
Amigos	13	35	9	24	15	40	37	100
Familia	55	45	32	26	35	28	122	100
Otros	6	40	6	40	3	20	15	100
Su familia es originaria del:								
Norte	9	36	9	36	7	28	25	100
Sur	15	40	12	32	10	27	37	100
Centro	30	40	23	31	21	28	74	100
Radican sus Padres en el D.F.								
SI	57	45	32	25	37	29	126	100
NO	25	35	24	34	21	30	70	100

CUADRO BASICO DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA DE  
CONSUMO DE ALCOHOL

CARACTERISTICAS POR SECCION DEL CUESTIONARIO	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		TOTAL	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel.
Años de radicar sus Padres en el D. E.: 0	27	36	24	32	23	31	74	100
1 - 10	6	66	1	11	2	22	9	100
11 - 20	6	54	3	27	2	18	11	100
+ 21	44	42	28	27	31	30	103	100
Edad de los Padres: - 50	26	37	19	27	25	35	70	100
+ 50	49	44	33	30	28	25	110	100
- 45	24	33	20	28	27	38	71	100
+ 45	57	47	35	29	27	22	119	100
Escolaridad de los Padres: Primaria	27	42	21	32	16	25	64	100
Secundaria	15	45	9	27	9	27	33	100
Preparatoria	12	46	5	19	9	34	26	100
Universidad	19	32	19	32	21	35	59	100
Escolaridad de las Madres: Primaria	39	45	24	28	22	25	85	100
Secundaria	15	40	8	21	14	37	37	100
Preparatoria	15	40	12	31	10	27	37	100
Universidad	6	28	9	42	6	28	21	100
Actividad del Padre: Oficio	43	44	26	27	27	28	96	100
Técnico	7	35	6	30	7	35	20	100
Profesionista	25	40	19	31	17	27	61	100
Actividad de la Madre: Hogar	56	40	42	30	39	28	137	100
Oficio	13	65	2	10	5	25	20	100
Técnica	2	40	0	0	3	60	5	100



C O N C L U S I O N E S

COMPROBACION DE HIPOTESIS

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR CATEGORIA LABORAL. (Cuadro No. 1)

Del supuesto que partimos es de que la carencia de una actividad básica remunerada influye en un alto consumo de alcohol.

Del total de individuos que trabajan que son 71, distribuidos de la siguiente manera: 46 en la División de CSH, 12 en CBS y 13 en CBI; tenemos que un 22% de la División de CSH tiene alto consumo de alcohol, un 16.6% de la División de CBS y un 30.7% en CBI.

Del total de individuos que no trabajan que son 126, se encuentran distribuidos: 37 en CSH, 44 en CBS, 45 en CBI; de esta distribución tenemos que el 45.9% en CSH tiene alto consumo de alcohol, 27.2% en CBS, 17.7% en CBI.

De lo anterior se observa claramente que existe mayor consumo de alcohol en los sujetos que no trabajan, pero al tratar de comprobar esta hipótesis aplicando el Test de  $X^2$  cuadrada se observa - en  $X$  calculada para el caso de las personas que trabajan y tienen alto consumo de alcohol es mucho menor que la  $X$  calculada de las personas que no trabajan y tienen alto consumo de alcohol. Los anteriores resultados determinan que los sujetos que en mayor medida consumen alcohol son aquellos que trabajan y no lo que no desempeñan ninguna actividad productiva como anteriormente se señaló.

El aplicar la prueba  $X$  con el propósito de comprobar la hipótesis de que la carencia de una actividad básica remunerada influye en un alto consumo de alcohol se puede deducir que esta relación no

es totalmente cierta. En este sentido convendría estudiar la relación trabajo y consumo de alcohol de una forma más detenida y profunda ya que, en el trabajo influyen muchos otros factores además del consumo de alcohol. Por tanto se sugiere para estudios subsecuentes ampliar las categorías de análisis - aplicables al trabajo y los nexos existentes en el consumo de alcohol.

Al incorporar una característica adicional a los sujetos que trabajan y consumen alcohol, la bondad de la prueba  $X^2$  mejora notablemente con el propósito de comprobar las siguientes hipótesis:

Se considera que por el tipo de empresa donde se labora exista la necesidad de integración al grupo a través de las conductas o normas establecidas, principalmente en cuanto a relaciones de tipo social; y

Se supone que cuando no existe relación entre las actividades laborales y escolares surge un conflicto de roles que se traduce en tensión, la cual es aminorada con el uso de bebidas alcohólicas.

En el caso de la primera hipótesis resultó ser que las personas que trabajan en empresas públicas consumen en mayor cantidad y frecuencia que las que laboran en una empresa privada (ver cuadro No. 2). La segunda hipótesis trata de demostrar que las personas que trabajan y no pueden relacionar su trabajo con su actividad profesional, consumen más alcohol que aquellas que si pueden relacionarlo, se puede afirmar que sí se da esta relación (ver cuadro No. 5).

Los resultados anteriores permiten afirmar que al estudiar la relación trabajo con el consumo de alcohol, la mejor forma de precisar la naturaleza de este nexo es la de incorporar las variables tales como el hecho de que trabajen en una empresa pública o privada o que pueden o no relacionar su trabajo con su actividad profesional facilitaron en gran medida comprobar las hipótesis arriba mencionadas.

Sujetos con alto consumo de alcohol sobre todo de aquellos que trabajan. Este estudio nos está manifestando que el alto consumo de alcohol en los sujetos que trabajan se puede deber a diversos factores como señalamos en el cuadro básico como tales como la sociabilidad, el deseo de agradar a los amigos y sobre todo a los compañeros de trabajo. Esto nos está hablando de factores predisponentes tales como la integración al grupo de trabajo, los conflictos de roles al no poder asociar el sujeto al trabajo que desempeña con la carrera que está estudiando en la Universidad. Esta problemática plantea a los sujetos, una situación stresante que se traduce en el consumo de alcohol. El que el sujeto esté agusto con el trabajo puede ser un factor que ayude a evitar el consumo de alcohol, la pregunta es qué es lo que sucede con los sujetos que no están agusto en su trabajo - pero que necesitan su trabajo para sobrevivir? Con lo expuesto anteriormente nosotros podemos indicar la relación del consumo de alcohol con el no estar agusto en el trabajo.

CUADRO DE CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS SUJETOS, CLASIFICADOS POR CANTIDAD-FRECUENCIA Y DIVISION. (Cuadro No. 3 y 4).

Del total de hombres que consumen, 120, en la categoría de alta-regular se centra el mayor porcentaje de dicho total, es decir, con un 35.8%, siguiendo en orden de importancia la categoría alta-intermedia con un 20.8% y en tercer término la clasificación de media-intermedia, con 10.8%.

Del total de mujeres que consumen, 45, se repite el mayor porcentaje en las categorías alta-regular y alta-intermedia, con un 22.2% y un 15.5% respectivamente, variando la tercera clasificación más importante que es la de abstemias con un 17.7%.

De lo anterior se puede inferir que existe alto consumo en la UAM Iztapalapa para el caso de ambos sexos. En el caso de las mujeres es de llamar la atención que beben mucho o no beben frecuentemente.

Para el caso de alta cantidad de alcohol con sus tres variantes de frecuencia, regular, intermedia y ocasional, ocupa el primer lugar por División, la de CBS con un 65.8% del total de sujetos que consumen, siguiendo la División de CSH con 64.4% y en tercero la de CBI con 48.8%, para el caso de los hombres. En el caso de las mujeres, la División de CSH es la que se encuentra en primer lugar, siguiendo la División de CBS y en último CBI con 49.9%, 36.1% y 33.3% respectivamente.

En la categoría de media cantidad con sus tres frecuencias, encontramos un total de 37.5% para la División de CBI, 20.6% para CSH y 18.5% para CBS, en el caso de los sujetos cuyo se xo es masculino. Para el sexo femenino, el 49.8% se encuentra en CBI, 45.2% en CBS y 14.1% en CSH.

En el caso de la categoría de baja cantidad con sus variantes de frecuencia, tenemos para el caso de hombres un 14.8% en -- CBS, 14.5% en CSH y un 13.2% en CBI. Para el caso de las mujeres, encontramos un 35.6% en CSH, 18.1% en CBS y 16.6% en - CBI.

De este cuadro es importante resltar el hecho de que la categoría de consumo predominante es alta, tanto para los hombres como para las mujeres, ello nos está indicando un problema de alcoholismo que está revestido en las diversas situaciones de los sujetos tal como es el hecho de buscar ocio, buscar a sus amigos, buscar a un grupo de referencia, buscar un trabajo co mo expectativa universitaria; esto ha generado en los sujetos altas tensiones que son descargadas de la forma socialmente - aceptada que conoce: el uso de alcohol.

Por otro lado los datos nos arrojan la siguiente información, que las mujeres consumen de manera regular y con altas dosis, pero que también existe una porción de casi un quinto de la - población que es abstemia, estos datos nos pueden decir que - la tensión a la que se encuentran sometidas las mujeres es -- similar a la de los hombres y como veremos más adelante, en - este mismo cuadro, observamos que la División de Ciencias so-

ciales, las mujeres son las que más consumen, casi la mitad consume alcohol. Esto nos puede hablar de que la mujer universitaria se siente presionada y compite con el hombre en sus logros, así como en sus tensiones que la orillan al consumo de alcohol; pero volviendo al fenómeno de las mujeres abstemias nos preguntamos por qué ellas son abstemias, encontrándose en la misma situación que se encuentran sus demás compañeras?. Este es un problema de método que debe ser abordado a través de la investigación clínica de casos, abordaje que nosotros no realizamos por la transversalidad del presente estudio.

En cuanto al consumo por divisiones, la división que más consume es la de Ciencias Biológicas y de la Salud con casi dos terceras partes de su población que lo hacen y en similar proporción guarda la de sociales y finalmente casi la mitad consumen de la división de CBI. Esto nos está manifestando un alto consumo en las Divisiones en que abundan, o son mayoría las mujeres, esto nos lleva al interrogante de que si las mujeres consumen más por la presión que están teniendo al superarse, al ser emigradas, al buscar un grupo de referencia? de ser así, resultaría interesante para posteriores investigaciones profundizar en esta problemática; haciendo hincapié en la relación que existe entre el consumo de alcohol y la mujer universitaria. Esta cuestión surge debido a que la División de Ciencias Sociales son las mujeres las que más consumen: una de cada dos, mientras que en las otras Divisiones lo hace una de

tres.

Siguiendo con el planteamiento de la cuestión anterior, cabría preguntarnos si las mujeres de Sociales que más consumen, en que carreras se localizan ya que si entendemos que el alcohol es un facilitador social, podremos ver que aquellas carreras orientadas al contacto con una comunidad serán las que presenten mayor prevalencia. Esto lo anotamos simplemente como una hipótesis que podría continuar de la siguiente manera y que se intentaría probar: las mujeres de ciencias sociales de alguna manera las podemos relacionar con la liberación femenina? entendiéndolo por ello mayor consumo de alcohol? Interrogantes que producen infinidad de más interrogantes a otros niveles y que por la brevedad del tiempo no se alcanzaron a sondear ni era la finalidad del presente trabajo.

RAZONES POR LA QUE LOS SUJETOS CONSUMIERON ALCOHOL ENTRE LA EDAD DE 10 a 16 AÑOS. (Cuadro No. 6)

Suponemos que los individuos empiezan a beber alcohol cuando inician su etapa adolescente, como un acto de integración social.

Del total de sujetos que han consumido alguna vez bebidas alcohólicas de nuestra muestra, cuyo total es de 183 (ver cuadro básico de la encuesta), el 55.73% se encuentra que bebió por primera vez entre la edad de 10 a 16 años.

De las razones que reportaron dichos sujetos, tenemos un 60.7% que corresponde a la categoría de agradar a otros, y en segundo, por orden cuántico de porcentaje, tenemos la categoría de curiosidad, representando un 25.7%.

Al aplicar la prueba  $X^2$  se comprueba nuestra hipótesis, ya que los valores arrojados nos dan 0.7932 y 2.021 para la primera y segunda categoría mencionadas respectivamente.

Para darle más énfasis a la hipótesis suponemos que el hecho de consumir alcohol de alguna manera es condición para la aceptación y pertenencia al grupo de referencia del individuo. En tal caso tenemos que del total de sujetos con alto consumo de alcohol en un 52.8% todas sus amistades beben, mientras que en un 47.2% son algunas nada más. (ver cuadro No. 11)

Aplicando la prueba  $X^2$  se confirma totalmente la hipótesis última, ya que sus valores son de 2.4853 para el caso de que "to-

das sus amistades consumen" y 3.6979 para "algunas de sus amistades consumen", siendo en ambos casos valores menores de la  $X^2$  de tables de 5.99

Es notorio como de los encuestados de la División de CSH, el 72.2% bebió por primera vez para agradar a los amigos o a otros, mientras que en las otras dos Divisiones refieren que lo hizo aproximadamente la mitad. Esto nos indica que casi tres cuartas partes de dicha población tiene una necesidad de agradar. Esto nos puede plantear las interrogantes acerca del modo de inducción en el consumo, si por un lado, fue presionado el individuo a beber por un grupo o, por permanecer en dicho grupo se bebió; por otro lado si la inducción fue familiar ello nos habla del problema de alcohol, como un problema familiar, lo cual está relacionado con el cuadro No. 12.

Podemos concluir que así como es determinante el grupo en el consumo de alcohol, por la necesidad de agradar, hay una relación de alto consumo al hablar de los amigos, así pues si el sujeto desea tener un trabajo que le brinde ratos de ocio y ese ocio pasarlo con los amigos lo que probablemente haga con ellos será beber.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL QUE LES GUSTARIA HACER ACTIVIDADES DE OCIO EN SU TIEMPO LIBRE CLASIFICADOS POR SUS EXPECTATIVAS. (Cuadro No. 7)

La hipótesis que tratamos de demostrar es de que los sujetos - que les gustaría hacer actividades de ocio y que no tienen expectativas consumen más alcohol.

Del total de sujetos que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre que son 89, se encuentran distribuidos de la siguiente manera: 36 en CSH, 29 en CBS y 24 en CBI; de los cuales tenemos un total de 33 sujetos con alto consumo, de las distintas Divisiones Académicas.

Del total de sujetos con alto consumo de alcohol que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre, tenemos 18 sujetos que además tienen expectativa distribuido de la siguiente manera: 33.4% en la División de CSH, 55.5% para la División de CBS y 70% para la División de CBI, representando un 54.5% de dicho total.

Del mismo total de sujetos con alto consumo de alcohol que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre, tenemos 15 sujetos que no tienen expectativa, representando un 45.5% - frente al total.

Al aplicar la prueba  $X^2$  se comprueba la hipótesis, como se puede observar por el valor de  $X^2$  calculada que es de 0.8852, que se refiere al alto consumo de alcohol por personas con ocio - sin expectativas, es menor que el valor obtenido en el caso - de las personas con alto consumo que les gustaría hacer actividades de ocio con expectativas, cuyo valor fue de  $X^2$  1.0365.

El alto consumo de alcohol sumado a los ratos de ocio y expectativas de los sujetos podríamos ver a la Universidad como un elemento facilitador de expectativas de ocio, entendido dicho ocio como estar con los amigos, realizar trabajos menos difíciles que requieran menos esfuerzo físico y más esfuerzo intelectual implica que los sujetos tengan mayor ingreso, así como tengan mayor cantidad de tiempo para otras actividades, - tales como ver a los amigos. Si este tiempo de ocio y esta - expectativa se suman la resultante que nos dá es que hay un - alto consumo de alcohol, lo cual está corroborado en este cuadro, obtenemos lo esperado.

Ahora bien, si a este cuadro de ocio con expectativa le añadimos el consumo de alcohol, vemos que el trabajo facilita los ratos de ocio y que el ocio aunado a las expectativas puede -- producir alto consumo de alcohol.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR RAZON NO SOCIAL A LA QUE ATRIBUYEN SU ULTIMO CONSUMO. (Cuadro No. 8).

La hipótesis de que partimos es de que consumen más alcohol aquellos sujetos que justifican su consumo por razones no sociales.

Del total de sujetos con alto consumo, el 49% bebió por placer o costumbre, mientras que en un 32% por depresión o casual, y en un 19% aquellos que bebieron por alguna razón social como lo es por invitación o alguna celebración.

Al aplicar la prueba  $X^2$  obtenemos el grado de relación de 0.6122 con el alto consumo por la categoría de placer o costumbre, siguiendole en orden de importancia las razones sociales con 1.9516 y en último término la razón por depresión o casual.

Al incorporar el lugar de mayor incidencia de consumo, obtenemos que se dá con mayor frecuencia con 43.3% en fiestas o reuniones, y en un 36.2% en casas. (ver cuadro No. 19)

Al aplicar la prueba de  $X^2$  obtenemos que el grado de relación de 0.3085 para fiestas o reuniones permanece de acuerdo a los porcentajes, pero en segundo término por grado de relación lo ocupa el trabajo como lugar de consumo y en tercero la casa.

El hecho de que ocupe el segundo lugar el trabajo como sitio

de consumo parece ser por el porcentaje de 3.8% que representa en el total de sujetos con alto consumo de la División de CSH, pero indudablemente invita a hacer una investigación más profunda para esclarecer que es lo que ocurre verdaderamente en este caso.

Podemos señalar que los sujetos al beber lo hacen por placer o por costumbre, esto es cercano a la mitad de la población estudiada. Ahora bien, es importante ver que un tercio de dicha población lo hace para evitar la depresión. Si nosotros nos vamos a los elementos conductuales del alcohol, vemos que en un primer estado produce una fase de excitabilidad, de sociabilidad y que finalmente, cuando el exceso de alcohol es grave, se cae en una fase de depresión, ello es porque el alcohol en dosis excesiva produce depresión al sistema nervioso central. Podemos entender que el sujeto huye de la depresión al buscar ratos de ocio para estar con los amigos, huye de estar solo, así como la sociabilidad la entiende como consumo de alcohol que produzca un estado de euforia hasta cierto límite le produce la situación de depresión la cual quería evitar. Entendamos que esta depresión se puede deber al no estar agusto en su trabajo o no poderlo relacionar con sus estudios, y por otro lado se puede deber a la migración y a la falta de contactos con la familia.

Es claro como un quinto de la población, menos de un 20%, aducen el uso del alcohol por razones sociales, tales como las reuniones. Esto nos está hablando que el consumo de alcohol es ya una costumbre que no necesita ser justificado ante los

elementos sociales, ello está indicando que se ha superado de la simple etapa de tomar el alcohol por necesidad social a un grado de necesidad emocional o física, lo cual lo podemos relacionar como un alcoholismo a la vez que se traduce en una enfermedad. Así pues el alto consumo de alcohol registrado en el campo universitario nos permite sugerir que no se trata de un problema ocasional sino por costumbre.

Podemos inferir por tanto que el consumo de alcohol produce un estado de euforia, de sociabilidad y que la depresión causada por el alcohol es una razón que emplea poco el sujeto para consumir aunque es alarmante tal índice, lo cual nos lleva a que nosotros podamos ver que existe una relación de beber en casa: "yo no deseo relacionarme con los demás" "me relaciono con mi botella y bebo en mi casa" ya que mi estado de depresión me impide relacionarme con otros. Así pues, si al estado de depresión le sumamos la problemática en el trabajo, la cual considera que va a limar en una reunión social y que -- esto nos está hablando de un grupo de referencia o un grupo de pertenencia en el trabajo y el alcohol es un medio de inclusión en dicho grupo, lo más probable es que se consuma -- más alcohol.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CON PROBLEMAS POR BEBER  
(Cuadro No. 9)

Del total de sujetos con problemas de diversa índole que los percibe como relacionados con el uso de alcohol, el 42.8% de clararon tener alto consumo.

Entre los problemas principales con alto consumo de alcohol, de acuerdo al porcentaje total relativo de cada uno de ellos, tenemos los laborales con un 100%, los escolares con un 75%, económicos con un 71.4%, los familiares y de salud con un 33% respectivamente.

Al aplicar la prueba  $X^2$  obtuvimos un valor de  $X^2$  5.55 que es notablemente mayor que la  $X^2$  obtenida por incidentes, que resultó ser 2.48% (ver cuadro No. 10).

Esto demuestra que aquellas personas con alto consumo de alcohol tienen un nivel de consumo mayor que aquellas personas que registran tener únicamente problemas. Esta situación hace pensar que los incidentes son la manifestación más directa de que una persona tiene problemas de alcoholismo, por esta razón es evidente que las personas que han tenido incidentes tienen alto consumo de alcohol.

Los sujetos que tienen la percepción de que el consumo de alcohol les está acarreando problemas señalan que tienen problemas en casi la mitad. Esto relacionado con el hecho de que una porción bastante grande y mayoritaria de la universidad -

consume, cerca del del 92%, ello nos está hablando de la necesidad de una intervención directa sobre este problema ya que la incidencia así como la prevalencia son sumamente altos -- y nos podemos preguntar: qué va a pasar con estos sujetos y - su salud personal de continuar esta trayectoria y esta tendencia actual?, se verán deteriorados más rapido que generaciones anteriores?y, finalmente el costo social del consumo de alcohol será mayor?, ya que serán sujetos que por su deterioro, su etapa productiva será más corta, La alternativa está en que sea más corta pero con mayor intensidad o más larga pero con menor intensidad, ya que, como hemos sostenido, las presiones - del trabajo, de la familia, de la migración, del choque transcultural producen alto consumo de alcohol.

## CONSUMO FAMILIAR DE LOS SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL

(Cuadro No. 12).

Suponemos que el ambiente familiar puede ser precipitante para el consumo de alcohol.

Del total de sujetos con alto consumo de alcohol en un 22.6% se encuentra constituido por aquellos sujetos cuyos padres y hermanos consumen.

Aplicando la prueba de  $X^2$  obtenemos un grado de relación de 0.8333 que nos prueba la hipótesis, ya que es un valor menor que  $X^2$  de tablas de 5.99.

Por lo que señalamos anteriormente de los patrones aprendidos dentro de la familia en lo referente al consumo de alcohol, son patrones que sigue el sujeto en su vida adulta que al verse -- desarraigados de su situación familiar por la migración ellos puede inducir a un alto consumo de alcohol. Así pues el factor familia y el consumo de alcohol, puede ser una norma aprendida en el seno familiar.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS DE ACUERDO A LA RESIDENCIA DE SUS PADRES EN EL DISTRITO FEDERAL. (Cuadro No. 14)

Nuestro supuesto es de que los sujetos cuyos padres no radican en el Distrito Federal consumen más alcohol.

Del total de sujetos con alto consumo de alcohol, cuyo total es de 53, tenemos el 45.2% cuyos padres radican en el D.F., mientras que el 54.7% no tienen su residencia en el área metropolitana.

Como se puede observar, la hipótesis se comprueba por medio de estos porcentajes arriba indicados y aplicando la prueba de  $X^2$  - tenemos una comprobación total de nuestra hipótesis, ya que el valor de  $X^2$  de 0.7071 que se refiere al alto consumo de alcohol de sujetos cuyos padres no radican en el D.F. es menor que el valor obtenido en el caso de las personas con alto consumo cuyos padres si radican en el D. F., cuyo valor fue de  $X^2$  0.9896.

Para implementar la hipótesis arriba mencionada y profundizar en aspectos de migración familiar, como una desintegración de vínculos y precipitantes para consumo de alcohol, suponemos que los sujetos que provienen de diferentes partes de la República tienen alto consumo de bebidas alcohólicas y, que los sujetos que han sufrido un periodo de transculturación tienen alto consumo.

Para la primera hipótesis tenemos que el 71.6% del total de los sujetos con alto consumo provienen de diversas zonas de la República (ver cuadro No. 13) obteniendo una  $X^2$  con valor de 0.6992 menor que la  $X^2$  de tables con 5.99; con lo cual comprobamos la

primera hipótesis antes indicada.

En el caso de la segunda hipótesis tenemos que el 73.6% del total de sujetos con alto consumo de alcohol cuyas familias son de procedencia distinta al D.F. y que tienen una permanencia de 1 a 5 años, mientras que para los periodos de 6 a 10 años y de 11 a 20 años representan un 13.2% respectivamente. (ver cuadro No. 22).

Al aplicar la prueba de  $X^2$  vemos que no es tan clara la relación con los sujetos que tienen permanencia en el D.F. de 1 a 5 años como nos lo indican los porcentajes, sino que nos revela que la relación se dá con mayor fuerza en los sujetos cuyas familias tienen de 11 a 20 años de radicar en el D. F., quedando en segundo término la categoría de 1 a 5 años de permanencia en el D.F.

En cuanto al cuadro No. 14 vemos que la familia es una influencia determinante en el consumo de alcohol, así como vemos que la migración está relacionada de manera directa con el consumo de alcohol. Ello se ve claramente, ya que los sujetos que tienen un periodo más largo de estadía, de 11 a 20 años presentan más el problema del consumo de alcohol. La probable explicación es de que utilicen al alcohol como elemento que les solucione el choque transcultural, entonces vendría a ser el alcoholismo como un modo adaptativo a las tensiones planteadas por la vida de la ciudad. Siguiendo esta línea de razonamiento podemos ver que los sujetos que acaban de llegar recurren pues al alcohol como una forma adaptativa.

Si vemos que por trabajar hay alto consumo de alcohol, así como se fomenta el ocio y se fomentan las expectativas, que la familia es determinante en el consumo de alcohol y que se ha sufrido un choque transcultural, estos son elementos que sumados pueden hacer que nosotros predigamos con cierta exactitud el uso de alcohol como forma adaptativa a una vida que nos es extraña.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS DE ACUERDO A LA EDAD DE LOS PADRES. (Cuadro No. 15)

Suponemos que al existir una amplia brecha generacional de los sujetos con sus padres, es un hecho que potencian al individuo a un alto consumidor de bebidas alcohólicas.

Del total de sujetos con alto consumo de alcohol, el 47.1% tienen padres mayores de 50 años y el 41.5% sus padres son menores de 50 años.

Del total de sujetos con alto consumo de alcohol, el 60.3% reportó tener madres mayores de 45 años, mientras que el 37.7% declaró tener madres menores de 45 años.

Como se puede observar por la proporción de los porcentajes corresponde a nuestra hipótesis, pero al aplicar la prueba de  $X^2$  obtenemos que existe mayor relación con el alto consumo de alcohol el hecho de que las madres sean menores de 45 años y no las mayores. Para el caso de los padres se confirma ampliamente nuestra hipótesis.

Los resultados antes expuestos sugieren, para estudios subsecuentes, que se tomen diversos rangos de acuerdo a la edad del sujeto y se añadan otros factores que nos puedan determinar con mayor precisión los umbrales de las brechas generacionales.

Podemos señalar que el alto consumo por parte de los sujetos - clasificado de acuerdo a la edad de los padres, vemos que éstos se encuentran cercanos a la senectud, que de alguna manera la brecha generacional está dada, hay una diferencia mínima de 30 años y que esto por un lado nos está indicando que los padres no se relacionan con los hijos y ello produce conflicto en sus descendientes, si le sumamos que el patron de consumo fue aprendido en la familia, para limar ciertas asperezas, vemos que el alcohol es algo aceptado intrafamiliarmente y que el problema planteado a los padres y a los sujetos por la brecha generacional se resuelve a través del alcohol. Por otro lado nos señala un elemento importante y una seria limitante en el cuestionario no se informa si los padres son vivos o no, ya que ello encarría de una manera distinta al problema del alcohol relacionado con la edad de los padres.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO E ALCOHOL DE ACUERDO A LA ESCOLARIDAD DE LOS PADRES. (Cuadro No. 16)

Suponemos que a nivel primario de educación de los padres, y a nivel universitario existe un alto consumo.

Del total de sujetos con alto consumo de alcohol, el 37.7% corresponde a la escolaridad a nivel primario de sus padres, mientras que el 33.9% a un nivel universitario. Con respecto al nivel educativo de las madres cuyos sujetos tienen alto consumo de alcohol, tenemos que el mayor porcentaje se centra a nivel primario y en igual proporción a nivel de preparatoria y secundaria, con un 39.6% y un 16.9% respectivamente.

Aparentemente con los indicadores porcentuales arriba indicados, se verifica nuestra hipótesis, pero al aplicar la prueba de  $X^2$  - tenemos que el mayor grado de relación está dado por la categoría de nivel de preparatoria, con un 0.0125 y en el nivel de secundaria, con un 1.7514, en el caso de los padres cuyos sujetos tienen alto consumo. Para las madres, cuyos sujetos tienen alto consumo, el grado de relación más fuerte se da en el nivel universitario, con un  $X^2$  de 0.9908, siguiendo en orden de importancia el nivel primario con una  $X^2$  de 0.7597, con lo cual se comprueba la hipótesis, pero parcialmente, ya que es únicamente por el lado materno y no del paterno.

Creemos que los resultados en el caso de los padres cuyos sujetos tienen alto consumo de alcohol se da porque el nivel de educación en los hombres en la población de la República Mexicana se ha elevado.

Para profundizar un poco más en la relación de la escolaridad de la madre con el alto consumo de los sujetos, suponemos que las madres que desarrollan actividades profesionales de dichos sujetos, tienen mayor grado de relación con el alto consumo. (ver cuadro No. 17)

Tenemos que del total de madres que desarrollan actividades de tipo laboral de oficio, en un 30% tienen alto consumo, para la actividad de tipo técnica, no tenemos ningún sujeto registrado, y para la madre que desarrolla actividades de tipo profesional, en un 37.5%; quedando en un 25.5% de los sujetos con alto consumo cuya madre se dedica a actividades del hogar.

Como se puede observar la proporción porcentual nos afirma la hipótesis antes descrita, quedando corroborada con la prueba de  $\chi^2$  con un valor de 0.1322.

Lo anterior nos señala dos cosas: primero un elemento cultural en lo cual hay una imposibilidad de las madres o una gran mayoría de ellas, para asistir a una universidad y concluir su vida académica y por otro lado nos señala que los padres tienen más nivel educativo, sobre todo por presiones y razones sociales -- tales como mantener y sostener una familia, buscarla y formarla, así como culturalmente son el sostén económico de la familia. - Ahora bien el alto consumo de alcohol por parte de los sujetos cuyas madres tienen un nivel universitario, se puede inferir a través del abandono que que dichas madres han operado en sus hijos y que ello les ha causado un problema a los sujetos, por no saber como resolver sus problemas recurren al alcohol como solución de los mismos, simplemente como aligerador de las

tensiones sociales y si "yo no me relaciono con mis padres" y "tengo a mi alcance alcohol" lo probable es que lo consuma. - Ahora bien si a ello añadimos el choque transcultural que se ha sufrido al migrar de otras regiones a la ciudad pues es - más factible que dicho consumo se realice.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR HORAS DE VER TELEVISION. (Cuadro No. 18)

Suponemos que a mayor tiempo de ver televisión existe mayor consumo de alcohol, como un condicionamiento operante.

Del total de sujetos que vieron televisión en la última semana al levantamiento del cuestionarios, tenemos en el rango de 0 a 5 horas un 24.7% con alto consumo; en el rango de 6 a 10 horas, tenemos un 23.4% y por último en el rango de 11 a 20 horas encontramos un 32.3% con alto consumo de alcohol.

Al aplicar la prueba de  $X^2$  obtenemos un valor de 0.1069 de grado de relación con alto consumo con el rango de 11 a 20 horas que vieron televisión en la última semana al levantamiento del cuestionario, siguiéndole en orden de importancia el rango de 0 a 5 horas con 0.7110 y en último término con una  $X^2$  de 1.9410 el rango de 6 a 10 horas.

Para implementar ésta hipótesis, suponemos que existe un valor subyacente en los comerciales de bebidas alcohólicas que exhibe la televisión que refuerzan lo que el sujeto pretende encontrar al beber. De esta manera se clasificaron los comerciales en donde el total de sujetos que recordaron comerciales cuyo valor subyacente es de violencia, tenemos un 45.1% con alto consumo de alcohol; por sociabilidad o relaciones de amistad, encontramos un 24.3%; por poder de adquisición como reflejo de un estatus tenemos un 25.0% ; por prestigio un 23.1% y un 19% por seguridad. (ver cuadro No. 21).

Al aplicar la  $X^2$  encontramos que los comerciales cuyo valor subyacente es de violencia tienen un alto grado de relación con el alto consumo, ya que su  $X^2$  calculada nos da 0.3639, siguiendo en orden de importancia, los comerciales de tipo de poder adquisitivo con una  $X^2$  de 0.5357.

Ante estos datos vemos que el tiempo de exposición y el consumo de alcohol se dá con mayor frecuencia en la categoría de 11 a 20 horas por semana, lo cual nos está hablando que las campañas publicitarias están cumpliendo su cometido, de relacionar el alto consumo de alcohol con la imagen que nos están vendiendo, ya sea de prestigio, de sociabilidad, de poder, de agresividad sexual etc.

Si nosotros analizamos por días vistos, tendremos que el tiempo de exposición a la televisión fueron aproximadamente menos de dos horas diarias, lo cual aseguraría por lo menos 28 cortes comerciales de 30 segundos y si añadimos a ello que los comerciales vistos son a las horas en los cuales los anuncios de sustancias alcohólicas es alto, ello nos puede inferir que el consumo de alcohol va a ser alto. Es importante que señalemos que la violencia en el sentido agresivo es un problema de tensión, tensión manejada pero no expresada, la cual para poderla seguirla manejando vamos a utilizar el alcohol.

Hay un elemento simbólico del comercial en los sujetos, hablar de violencia en el sentido sexual y en el sentido agresivo -- así como de sociabilidad de que "yo me sociabilizo para relacionarme con los demás" pero " mi relación también incluye mi

aspecto sexual" y de alguna manera encontramos en los comerciales  
sujetos que los anuncian sumamente agresivos, una rubia sexuali--  
zada sumamente agresiva.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS DE ACUERDO  
CON LAS PERSONAS CON QUIEN VIVE. (Cuadro No. 20)

Suponemos que al no existir nexos afectivos con las personas con quien vive, es un factor precipitante para el alto consumo de alcohol.

Del total de sujetos que viven solos en un 54.5% tienen alto consumo; del total de sujetos que viven con amigos, la proporción con alto consumo constituye el 48.6%; los que viven con parientes forma un 33.3% con alto consumo y en último término los que viven con la familia en un 18.8%.

Como se puede observar por la proporción porcentual nuestra hipótesis es correcta y al aplicar la prueba de  $X^2$  encontramos que la relación se dá con mayor intensidad en aquellos sujetos que viven con parientes, con una  $X^2$  de 0.3809, siguiendo en orden de importancia por grado de relación con alto consumo aquellos sujetos que viven solos con una  $X^2$  de 0.7359 y por último aquellos que viven con su familia con 0.8739.

El alto consumo de alcohol puede ser realacionado con la necesidad de contacto e intimidad, si nosotros vemos que hay muchos sujetos que han emigrado y que han sufrido el choque trans-cultural y que consideran que sus familias no los entienden -- buscarán intimidad con las personas que estén en su misma situación y que los comprendan.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR  
CATEGORIA LABORAL

CUADRO No. 1

	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		T o t a l	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
<u>CUADRO 1-A</u>								
Trabajan	46	100	12	100	13	100	71	100
Trabajan y tienen alto consumo de - alcohol.	10	22.0	2	16.6	4	30.7	16	22.5

<u>CUADRO 1-A'</u>								
No Trabajan	37	100	44	100	45	100	126	100
No trabajan y tie- nen alto consumo - de alcohol.	17	45.9	12	27.2	8	17.7	37	29.3

Cuadro 1-A  
Resultados prueba  $X^2$   
1.  $X^2$  calculada = .4669  
2.  $X^2$  tablas = 5.99  
3.  $P(X^2)$  calculada = .2082  
4.  $P(X^2)$  tablas = .9500  
5. Grados de libertad = 2  
6. Se acepta la hipótesis con un 95% de confiabilidad, ya que uno es menor que dos y 3 es menor que 4.  
7. 2-1 = 5.5231

Cuadro 1-A'  
Resultados prueba  $X^2$   
1.  $X^2$  calculada = 4.1720  
2.  $X^2$  tablas = 5.99  
3.  $P(X^2)$  calculada = .875  
4.  $P(X^2)$  tablas = .9500  
5. Grados de libertad = 2  
6. Se acepta la hipótesis con un 95% de confiabilidad, ya que 1 es menor que 2 y 3 es menor que 4.  
7. 2-1 = 1.82

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR  
CATEGORIA LABORAL Y TIPO DE EMPRESA

CUADRO No. 2

D I V I S I O N									
C S H			C B S			C B I		T O T A L	
Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %

CUADRO 2-A

Trabajan en empresa Pública	27	100	8	100	5	100	40	100
Trabajan en empresa Pública y tienen alto consumo de alcohol.	7	25.9	1	12.5	2	40	10	25.0

CUADRO 2-A'

Trabajan en empresa Privada	19	100	4	100	8	100	31	100
Trabajan en empresa Privada y tienen alto consumo de alcohol.	3	15.7	1	25	2	25	6	19.3

Resultados Pruebas  $\chi^2$

- |  |  |
|--|--|
| 1. $\chi^2$ calculada = 0.7732   | 1. $\chi^2$ calculada = 2.1412   |
| 2. $\chi^2$ tablas = 5.99  | 2. $\chi^2$ tablas = 5.99  |
| 3. $P(\chi^2)$ calculada = 0.3206  | 3. $P(\chi^2)$ calculada = .65701  |
| 4. $P(\chi^2)$ tablas = 0.9500%  | 4. $P(\chi^2)$ tablas = .9500%   |
| 5. Grados de libertad = 2  | 5. Grados de libertad = 2  |
| 6. Se acepta la hipótesis con 95% de confiabilidad ya que uno es menor que 2 y 3 es menor que 4. | 6. Se acepta la hipótesis con 95% de confiabilidad ya que uno es menor que 2 y 3 es menor que 4. |
| 7. 2-1 = 5.2168  | 7. 2-1 = 3.8488  |

HOMBRES QUE CONSUMEN ALCOHOL CLASIFICADOS POR  
CANTIDAD-FRECUENCIA Y DIVISION

CUADRO No. 3

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		<u>T O T A L</u>	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
<u>Cantidad - Frecuencia</u>								
Total de hombres consumen.	48	100	27	100	45	100	120	100
1.1 Alta - Regular	20	41.6	13	48.1	10	22.2	43	35.8
1.2 Alta - Intermedia	10	20.8	4	14	11	24.4	25	20.8
1.3 Alta - Ocasional	1	2	1	3.7	1	2.2	3	2.5
2.1 Media - Regular	2	4.1	2	7.4	7	15.5	11	9
2.2 Media - Intermedia	7	14.5	2	7.4	4	8.8	13	10.8
2.3 Media - Ocasional	1	2	1	3.7	6	13.3	8	6.6
3.1 Baja - Regular	0	0	1	3.7	2	4.4	3	2.5
3.2 Baja - Intermedia	3	6.2	1	3.7	0	0	4	3.3
3.3 Baja - Ocasional	4	8.3	2	7.4	4	8.8	10	8.3
4. Abstemios	2	4.1	6	22.2	2	4.4	10	8.3

Nota: Cantidad

- . Alta. + 200 ml.
- . Media. 100 a 200 ml.
- . Baja. - de 100 ml.

Frecuencia

- . Regular. por lo menos una vez a la semana
- . Intermedio. de 1 a 3 veces por mes
- . Ocasional. una vez en el último año.
- . Abstemios. no bebió en el último año.

MUJERES QUE CONSUMEN ALCOHOL CLASIFICADAS POR  
CANTIDAD-FRECUENCIA Y DIVISION

CUADRO No. 4

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		T O T A L	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel.
<u>Cantidad - Frecuencia</u>								
Total mujeres que consumen:	28	100	11	100	6	100	45	100
1.1 Alta - Regular	7	25.0	1	9.0	2	33.3	10	22.2
1.2 Alta - Intermedia	5	17.8	2	18.1	0	0	7	15.5
1.3 Alta - Ocasional	2	7.1	1	9.0	0	0	3	6.6
2.1 Media - Regular	2	7.1	3	27.2	1	16.6	6	13.3
2.2 Media - Intermedia	1	3.5	1	9.0	1	16.6	3	6.6
2.3 Media - Ocasional	1	3.5	1	9.0	1	16.6	3	6.6
3.1 Baja - Regular	3	10.7	2	18.1	0	0	5	11.1
3.2 Baja - Intermedia	1	3.5	0	0	1	16.6	2	4.4
3.3 Baja - Ocasional	6	21.4	0	0	0	0	6	13.3
4. Abstemias	1	3.5	5	45.4	2	33.3	8	17.7

Nota: Cantidad

- . Alta. + 200 ml.
- . Media. 100 a 200 ml.
- . Baja. menos de 100 ml.

Frecuencia

- . Regular. por lo menos una vez a la semana.
- . Intermedio. de 1 a 3 veces por mes
- . Ocasional. una vez en el último año
- . Abstemios. no bebió en el último año.

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR  
CATEGORIA LABORAL Y QUE PUEDEN RELACIONARLA  
CON SU CARRERA

CUADRO No. 5

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		<u>TOTAL</u>	
	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%
<u>CUADRO 5-A</u>								
Trabajan y pueden rela- cionarla con su carre- ra.	25	100	7	100	7	100	39	100
Trabajan y pueden rela- cionarla con su carre- ra y tienen alto consu- mo de alcohol.	4	16	2	28	2	28	8	23

<u>CUADRO 5-A'</u>								
Trabajan y no pueden - relacionarla con su ca- rrera.	21	100	5	100	6	100	32	100
Trabajan y no pueden - relacionarla con su ca- rrera y tienen alto -- consumo de alcohol.	6	28.5	1	20	2	33	9	28

Resultados Pruebas  $X^2$

Cuadro 5-A

1.  $X^2$  calculada = .5586
2.  $X^2$  tablas = 5.99
3.  $P(X^2)$  calculada = .2437
4.  $P(X^2)$  tablas = .9500
5. Grados de libertad = 2
6. Se acepta con 95% de probabilidad  
ya que 1 es menor que 2 y 3 es me-  
nor que 4.
7. 2-1 = 5.4314

Cuadro 5-A'

1.  $X^2$  calculada = .14236
2.  $X^2$  tablas = 5.99
3.  $P(X^2)$  calculada = .0687
4.  $P(X^2)$  tablas = .9500
5. Grados de libertad = 2
6. Se acepta con 95% de probabili-  
dad, ya que 1 es menor que 2 y 3  
es menor que 4.
7. 2-1 = 5.8476

RAZONES POR LA QUE LOS SUJETOS CONSUMIERON ALCOHOL  
ENTRE LA EDAD DE 10 a 16 AÑOS

CUADRO No. 6'

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Total de sujetos que consumieron alcohol entre 10 y 16 años.	36	100	33	100	33	100	102	100
Razones:								
1.1 Curiosidad	6	16.6	9	27.2	12	36.3	27	25.7
1.2 Agradar a otros	26	72.2	17	51.5	19	57.5	62	60.7
1.3 Placer	3	8.5	3	9.2	0	0	6	5.8
1.4 Otros	1	2.7	4	12.1	2	6.2	7	6.8

Comprobación de hipótesis

Se acepta hip. con 95% de confiabilidad. Conceptos X<sup>2</sup> calculada X<sup>2</sup> tablas P(X<sup>2</sup>) calc. P(X<sup>2</sup>) Tal

<u>Si.</u>	<u>No.</u>					
X		1 con 1.1	2.021	5.99	.6360	.9500
X		1 con 1.2	.7932	5.99	.3274	.9500
X		1 con 1.3	2.8009	5.99	.7546	.9500
	X	1 con 1.4	7.9152	5.99	.9808	.9500

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL QUE LES GUSTARIA HACER  
ACTIVIDADES DE OCIO EN SU TIEMPO LIBRE CLASIFICADOS  
POR SUS EXPECTATIVAS

CUADRO No. 7

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Total de sujetos que les gustaría hacer - actividades de ocio en su tiempo libre.	36	100	29	100	24	100	89	100
2. Sujetos con alto consumo de alcohol que les gustaría hacer - actividades de ocio en su tiempo libre.	14	38.8	9	31.0	10	41.6	33	37.0
2. Sujetos con alto consumo de alcohol que les gustaría hacer - actividades de ocio en su tiempo libre.	14	100	9	100	10	100	33	100
2.1 Sujetos con alto consumo de alcohol que les gustaría hacer - actividades de ocio y que tienen expectativas.	6	33.4	5	55.5	7	70.0	18	54.5
2.2 Sujetos con alto consumo de alcohol que les gustaría hacer actividades de ocio y que no tienen expectativas.	8	66.6	4	44.4	3	30.0	15	45.5

Comprobación de Hipótesis

Conceptos	$X^2$ Calc.	$X^2$ Tablas	$P(X^2)$ Calc.	$P(X^2)$ Tab.	Se acepta la hip. con 95% de confiabilidad.	
					<u>SI</u>	<u>NO</u>
1 con 2	.3371	5.99	.1551	.9500	X	
1 con 2.11	.0365	5.99	.4044	.9500	X	
1 con 2.2	.8852	5.99	.3576	.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR  
RAZON NO SOCIAL A LA QUE ATRIBUYEN SU  
ULTIMO CONSUMO

CUADRO No. 8

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Total de sujetos con alto consumo de alcohol.	27	100	14	100	12	100	53	100
<u>Razón no social</u>								
1.1 Placer, costumbre	12	44.4	6	42.8	8	66.6	26	49.0
1.2 Depresión, casual	10	37.0	7	50.0	0	0	17	32.0
1.3 RAZON SOCIAL (Por invitación o celebración)	5	18.6	1	7.2	4	33.4	10	19.0

Comprobación de hipótesis

<u>Conceptos</u>	<u>X calculada</u>	<u>X Tablas</u>	<u>P(X) Cal.</u>	<u>P(X) Tab.</u>	<u>Se acepta hip. con 95% de confiabilidad.</u>	
					<u>SI</u>	<u>NO</u>
1 con 1.1	.6122	5.99	.2639	0.9500	X	
1 con 1.2	4.9351	5.99	.9152	0.9500	X	
1 con 1.3	1.9516	5.99	.6231	0.9500	X	

## SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CON PROBLEMAS POR BEBER

CUADRO No. 9

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		T O T A L	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1.Total de sujetos con problemas por beber.	21	100	21	100	14	100	56	100
2.Total de sujetos con alto consumo de alcohol con problemas por beber.	9	42.8	14	66.0	1	7.1	24	42.8
<u>Tipo de problemas:</u>								
2.1.Familiares	6	100	6	100	6	100	18	100
2.1.1 Total con alto consumo.	3	50	3	50	0	0	6	33.3
2.2.Salud	7	100	7	100	4	100	18	100
2.2.1.Total con alto consumo.	2	28.5	3	42.8	1	25	6	33.3
2.3.Laborales	1	100	0	0	0	0	1	100
2.3.1. Total con alto consumo.	1	100	0	0	0	0	1	100
2.4.Escolares	2	100	4	100	2	100	8	100
2.4.1.Total con alto consumo.	2	100	4	100	0	0	6	75.0
2.5.Económicos	1	100	4	100	2	100	7	100
2.5.1.Total con alto consumo.	1	100	4	100	0	0	5	71.4
2.6.Judiciales	1	100	0	0	0	0	1	100
2.6.1.Total con alto consumo.	0	0	0	0	0	0	0	0
2.7.Otros	3	100	0	0	0	0	3	100
2.7.1. Total con alto consumo.	0	0	0	0	0	0	0	0
Concepto	X <sup>2</sup> Cal.	X <sup>2</sup> Tab.	P(X <sup>2</sup> )Cal.	P(X <sup>2</sup> )Tab.	Se acepta hip.con 95% de confiabilidad. $\frac{Si}{X}$ No			
1 con 2	5.55	5.99	.9378	.9500				

## SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CON INCIDENTES POR BEBER

CUADRO No. 10

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		T O T A L	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Total de sujetos con incidentes por beber.	28	100	16	100	13	100	57	100
2. Total de sujetos con alto consumo de alcohol con incidentes -- por beber.	13	46.4	9	56.2	2	15.3	24	42.1
<u>Tipo de incidente:</u>								
2.1. Altercados	5	100	2	100	1	100	8	100
2.1.1. Total con alto consumo.	4	80.	1	50	0	0	5	62.5
2.2. Riñas	5	100	0	100	3	100	8	100
2.2.1. Total con alto consumo.	2	40	0	0	0	0	2	25
2.3. Choques	3	100	1	100	2	100	6	100
2.3.1. Total con alto consumo.	1	33.3	1	100	0	0	2	33.3
2.4. Regaños	10	100	11	100	6	100	27	100
2.4.1. Total con alto consumo.	5	50	6	54.5	2	33.3	13	48.1
2.5. Lesiones	3	100	1	100	1	100	5	100
2.5.1. Total con alto consumo.	1	33.3	1	100	0	0	2	40.
2.6. Otros	2	100	1	100	0	100	3	100
2.6.1. Total con alto consumo.	0	0	0	0	0	0	0	0

Comprobación de Hipótesis

Conceptos	$X^2$ Calculada	$X^2$ Tablas	$P(X^2)$ Cal.	$P(X^2)$ Tab.	Se acepta hipótesis con 95% de confiabilidad.	
					<u>Si</u>	<u>No</u>
					X	X
1 con 2	2.48	5.99	0.7109	0.9599		

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL Y LA NATURALEZA DEL CONSUMO  
DE SUS AMISTADES

CUADRO No. 11

C A T E G O R I A	D I V I S I O N			
	<u>C S H</u> Abs.Rel.%	<u>C B S</u> Abs.Rel.%	<u>C B I</u> Abs.Rel.%	<u>T O T A L</u> Abs.Rel.%
1. Sujetos con alto con- sumo de alcohol.	27 100	14 100	12 100	53 100
2. Sujetos con alto con- sumo de alcohol cuyas amistades:				
2.1. Todas consumen	10 37.0	12 85.7	6 50	28 52.8
2.2. Algunas consumen	17 63.0	2 14.3	6 50	25 47.2

Comprobación de hipótesis

<u>Conceptos</u>	<u>X<sup>2</sup>Calculada</u>	<u>X<sup>2</sup>Tablas</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Cal.</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Tab.</u>	Se acepta hip.con 95% de confiabili- dad.	
					<u>SI</u>	<u>NO</u>
1 con 2.1	2.4853	5.99	0.7113	0.9500	X	
1 con 2.2	3.6979	5.99	0.8426	0.9500	X	

CONSUMO FAMILIAR DE LOS SUJETOS CON ALTO INDICE DE CONSUMO  
DE ALCOHOL

CUADRO No. 12

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		<u>T O T A L</u>	
	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%
1. Sujetos con alto con sumo de alcohol.	27	100	14	100	12	100	53	100
2. Sujetos con alto con sumo de alcohol cuyos padres y hermanos con sumen.	6	22.2	2	14.2	4	33.3	12	22.6

Comprobación de hipótesis

<u>Conceptos</u>	<u>X<sup>2</sup>Calculada</u>	<u>X<sup>2</sup>Tablas</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Cal.</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Tab.</u>	Se acepta hip. con 95 % de confiabili- dad.	
					<u>SI</u>	<u>NO</u>
1 con 2	0.8333	5.99	0.3409	0.9500	X	

PROCEDENCIA FAMILIAR DE LOS SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL

CUADRO No. 13

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		<u>T O T A L</u>	
	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%	Abs.	Rel.%
1. Sujetos con alto consumo de alcohol.	27	100	14	100	12	100	53	100
2. Procedencia foranea de las familias de los sujetos con alto consumo de alcohol.								
Total de las 3 zonas:	18	66.6	13	92.8	7	58.3	38	71.6
2.1 Norte	4	14.8	5	35.7	1	8.3	10	18.8
2.2 Sur	1	3.7	5	35.7	3	25.0	9	16.9
2.3 Centro	13	48.1	3	21.4	3	25.0	19	35.9

Comprobación de hipótesis

<u>Conceptos</u>	<u>X<sup>2</sup>Calc.</u>	<u>X<sup>2</sup>Tabl.</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Calc.</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Tabl.</u>	Se acepta hip. con 95% de confiabilidad.	
					<u>SI</u>	<u>NO</u>
1 con (2.1 + 2.2 + 2.3)	0.6992	5.99	0.2950	0.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS DE ACUERDO A  
LA RESIDENCIA DE SUS PADRES EN EL DISTRITO FEDERAL.

CUADRO No. 14

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Sujetos con alto consumo de alcohol.	27	100	14	100	12	100	53	100
2. Sujetos con alto consumo de alcohol cuyos padres radican en el D.F.	13	48.1	4	28.5	7	58.3	24	45.2
3. Sujetos con alto consumo de alcohol cuyos padres no radican en el D. F.	14	51.9	10	71.5	5	41.7	29	54.7

Comprobación de Hipótesis

Conceptos	<u>X<sup>2</sup>Calc.</u>	<u>X<sup>2</sup>Tab.</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Calc.</u>	<u>P(X<sup>2</sup>)Tab.</u>	Se acepta la hip. con 95% de confiabilidad.	
					<u>SI</u>	<u>NO</u>
1 con 2	.9896	5.99	.3903	0.9500	X	
1 con 3	.7071	5.99	.2907	0.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS DE ACUERDO A  
LA EDAD DE LOS PADRES

CUADRO No. 15

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Sujetos con alto consumo de alcohol.	27	100	14	100	12	100	53	100
2.1. Sujetos con alto consumo de alcohol cuya edad de sus padres es menor de 50 años.	9	33.3	5	35.7	8	57.1	22	41.5
2.2. Sujetos con alto consumo de alcohol cuya edad de sus padres es mayor de 50 años.	15	55.5	7	50.0	3	21.4	25	47.1
3.1. Sujetos con alto consumo cuya edad de sus madres es menor de 45 años.	8	29.6	6	42.8	6	42.8	20	37.7
3.2. Sujetos con alto consumo de alcohol cuya edad de sus madres es mayor de 45 años.	19	70.3	8	57.2	5	35.7	32	60.3

Comprobación de Hipótesis

Concepto	$X^2$ Calc.	$X^2$ Tab.	$P(X^2)$ Calc.	$P(X^2)$ Tab.	Se acepta la hip. con 95% de confiabilidad.	
					SI	NO
1 con 2.1	1.5073	5.99	.5293	0.9500	X	
1 con 2.2	1.2774	5.99	.4713	0.9500	X	
1 con 3.1	0.7496	5.99	.3125	0.9500	X	
1 con 3.2	0.7687	5.99	.3191	0.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL DE ACUERDO A LA ESCOLARIDAD DE  
LOS PADRES

CUADRO No. 16

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		T O T A L	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Sujetos con alto consumo de alcohol.	27	100	14	100	12	100	53	100
2. Escolaridad de los padres.								
2.1. Primaria	13	48.2	4	28.5	3	25.0	20	37.7
2.2. Secundaria	2	7.4	1	7.1	2	16.6	5	9.4
2.3. Preparatoria	2	7.4	1	7.1	1	8.3	4	7.5
2.4. Universidad	6	22.2	7	50.0	5	41.6	18	33.9
2.5. Sin escolaridad	1	3.7	0	0.0	0	0	1	1.8
3. Escolaridad de las madres.								
3.1. Primaria	13	48.2	4	28.5	4	33.3	21	39.6
3.2. Secundaria	4	14.8	1	7.1	3	25.0	8	15.0
3.3. Preparatoria	3	11.1	5	35.9	1	8.3	9	16.9
3.4. Universidad	3	11.1	3	21.4	3	25.0	9	16.9
3.5. Sin escolaridad.	4	14.8	1	7.1	0	0	5	9.4

Comprobación de hipótesis

Conceptos	X <sup>2</sup> Calc.	X <sup>2</sup> Tab.	P(X <sup>2</sup> )Calc.	P(X <sup>2</sup> )Tab.	Se acepta la hip. con 95% de confiabilidad.	
					SI	NO
1 con 2.1	1.1785	5.99	.4452	0.9500	X	
1 con 2.2	0.7524	5.99	.3135	0.9500	X	
1 con 2.3	0.0125	5.99	.0062	0.9500	X	
1 con 2.4	1.7514	5.99	.5834	0.9500	X	
1 con 2.5	0.9460	5.99	.3768	0.9500	X	
1 con 3.1	0.7597	5.99	.3160	0.9500	X	
1 con 3.2	1.1726	5.99	.4436	0.9500	X	
1 con 3.3	3.1127	5.99	.7891	0.9500	X	
1 con 3.4	0.9908	5.99	.3907	0.9500	X	
1 con 3.5	1.9265	5.99	.6183	0.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS DE ACUERDO  
A LA ACTIVIDAD DE LA MADRE

CUADRO No. 17

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
Actividad de la madre:								
1. Oficio								
1.1 Total	13	100	2	100	5	100	20	100
1.2 Madres cuyos hijos tienen alto consu- mo de alcohol.	3	23.0	0	0	3	60.0	6	30.0
2. Técnica								
2.1 Total	2	100	0	100	3	100	5	100
2.2 Madres cuyos hijos tienen alto consu- mo de alcohol.	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Profesional								
3.1 Total	9	100	9	100	6	100	24	100
3.2 Madres cuyos hijos tienen alto consu- mo de alcohol.	3	33.3	4	44.4	2	33.3	9	37.5
4. Hogar								
4.1 Total	56	100	42	100	28	100	137	100
4.2 Madres cuyos hijos tienen alto consu- mo de alcohol.	19	33.9	10	23.8	6	21.4	35	25.5

Comprobación de Hipótesis

Conceptos	X <sup>2</sup> Calc.	X <sup>2</sup> Tab.	P(X <sup>2</sup> )Calc.	P(X <sup>2</sup> )Tab.	Se acepta la Hip. con 95% de confiabilidad.	
					SI	NO
1.1 con 1.2	1.7062	5.99	.5739	.9500	X	
3.1 con 3.2	.1322	5.99	.0639	.9500	X	
4.1 con 4.2	2.5562	5.99	.7214	.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS POR HORAS DE VER TELEVISION

CUADRO No. 18

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
Número de horas de ver televisión:								
1. 0-5 horas								
1.1 Total	48	100	17	100	24	100	89	100
1.2 Sujetos con alto consumo de alcohol que ven televisión.	14	29.1	3	17.6	5	20.8	22	24.7
2. 6-10 horas								
2.1 Total	10	100	19	100	18	100	47	100
2.2 Sujetos con alto consumo de alcohol que ven televisión.	4	40	5	26.3	2	11.1	11	23.4
3. 11 a 20 horas								
3.1 Total	9	100	14	100	11	100	34	100
3.2 Sujetos con alto consumo de alcohol que ven televisión.	3	33.3	5	35.7	3	27.2	11	32.3

Comprobación de Hipótesis

Conceptos	$X^2$ Calc.	$X^2$ Tab.	$P(X^2)$ Calc.	$P(X^2)$ Tab.	Se acepta hip. con 95% confiabilidad.	
					SI	NO
1.1 con 1.2	.7110	5.99	.2991	.9500	X	
2.1 con 2.2	1.9410	5.99	.6210	.9500	X	
3.1 con 3.2	.1069	5.99	.0520	.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL Y EL LUGAR CON QUE MAS FRECUENCIA  
REALIZA SU CONSUMO

CUADRO No. 19

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	<u>C S H</u>		<u>C B S</u>		<u>C B I</u>		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Sujetos con alto consumo de alcohol.	27	100	14	100	12	100	53	100
2. Lugar de consumo:								
2.1 Fiesta o reunión	12	44.4	7	50.0	4	33.3	23	43.3
2.2 Bar o restaurante	2	7.4	1	7.1	6	50.0	9	16.9
2.3 Calle o tienda	0	0	1	7.1	0	0	1	1.8
2.4 Trabajo	1	3.8	0	0	0	0	1	1.8
2.5 Casa	12	44.4	5	35.8	2	16.7	19	36.2

Comprobación de Hipótesis

Concepto	$X^2$ Calc.	$X^2$ Tabl.	P( $X^2$ ) Calc.	P( $X^2$ ) Tab.	Se acepta la hip. con 95% de confiabilidad.	
					<u>SI</u>	<u>NO</u>
1 con 2.1	.3085	5.99	.1429	0.9500	X	
1 con 2.2	7.2337	5.99	.9731	0.9500		X
1 con 2.3	2.6490	5.99	.7340	0.9500	X	
1 con 2.4	.9460	5.99	.3768	0.9500	X	
1 con 2.5	1.4410	5.99	.5134	0.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL CLASIFICADOS DE ACUERDO  
CON LAS PERSONAS CON QUIEN VIVE

CUADRO No. 20

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
Personas con quien vive:								
1. Solo								
1.1 Total	4	100	3	100	4	100	11	100
1.2 Personas solas con alto consumo de alcohol.	3	75.0	2	66.6	1	25.0	6	54.5
2. Parientes								
2.1 Total	5	100	6	100	1	100	12	100
2.2 Viven con parientes y tienen alto consumo de alcohol.	2	40.0	2	33.3	0	0	4	33.3
3. Amigos								
3.1 Total	13	100	9	100	15	100	37	100
3.2 Viven con amigos y tienen alto consumo de alcohol.	8	61.5	5	55.5	5	33.3	18	48.6
4. Familia								
4.1 Total	55	100	32	100	35	100	122	100
4.2 Viven con al familia y tienen alto consumo de alcohol.	14	25.4	4	12.5	5	14.2	23	18.8
5. Otros								
5.1 Total	6	100	6	100	3	100	15	100
5.2 Tienen alto consumo de alcohol.	0	0	1	16.6	1	33.3	2	13.3

Comprobación de hipótesis

Conceptos	$\chi^2$ Calc.	$\chi^2$ Tab.	$P(\chi^2)$ Cacl.	$P(\chi^2)$ Tab.	Se acepta hip. con 95% de confiabilidad.	
					SI	NO
1.1 con 1.2	.7359	5.99	.3078	.9500	X	
2.1 con 2.2	.3809	5.99	.1734	.9500	X	
3.1 con 3.2	.8739	5.99	.3540	.9500	X	
4.1 con 4.2	1.9612	5.99	.6249	.9500	X	
5.1 con 5.2	1.5178	5.99	.5318	.9500	X	

SUJETOS CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL Y SU RELACION CON EL TIPO DE COMERCIAL QUE RECORDARON AL SER ENTREVISTADOS

CUADRO No. 21

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
Tipo de Comercial:								
1. Seguridad								
1.1 Total	6	100	4	100	11	100	21	100
1.2 Con alto consumo de alcohol.	2	33.3	1	25.0	1	9.0	4	19.0
2. Violencia								
2.1 Total	17	100	8	100	6	100	31	100
2.2 Con alto consumo de alcohol.	9	52.9	3	37.5	2	33.3	14	45.1
3. Poder								
3.1 Total	12	100	12	100	12	100	36	100
3.2 Con alto consumo de alcohol.	3	25.0	2	16.6	4	33.3	9	25.0
4. Prestigio								
4.1 Total	32	100	19	100	18	100	69	100
4.2 Con alto consumo de alcohol.	9	28.1	4	21.0	3	16.6	16	23.1
5. Sociabilidad								
5.1 Total	12	100	18	100	11	100	41	100
5.2 Con alto consumo de alcohol.	2	16.6	6	33.3	2	18.1	10	24.3

Comprobación de Hipótesis

Conceptos	X <sup>2</sup> Calc.	X <sup>2</sup> tab.	P(X <sup>2</sup> )Calc.	P(X <sup>2</sup> )Tab.	Se acepta hip. con 95% de confiabilidad.	
					SI	NO
1.1 con 2.1	1.066	5.99	.4132	.9500	X	
2.1 con 2.2	.3639	5.99	.1663	.9500	X	
3.1 con 3.2	.5357	5.99	.2349	.9500	X	
4.1 con 4.2	.5763	5.99	.2503	.9500	X	
5.1 con 5.2	.8413	5.99	.3433	.9500	X	

PERMANENCIA POR AÑOS EN EL D. F. DE SUJETOS NO ORIGINARIOS  
DEL AREA METROPOLITANA CON ALTO CONSUMO DE ALCOHOL.

CUADRO No. 22

C A T E G O R I A	D I V I S I O N							
	C S H		C B S		C B I		Total	
	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %	Abs.	Rel. %
1. Sujetos con alto consumo de alcohol cuyas familias son de procedencia distinta al D.	18	100	13	100	7	100	38	100
2. Permanencia por años en el D. F. de sujetos con alto consumo de alcohol no originarios del área metropolitana.								
2.1 1-5 años	14	77.6	10	76.9	4	57.2	28	73.6
2.2 6-10 años	2	11.2	1	7.7	2	28.5	5	13.2
2.3 11- 20 años	2	11.2	2	15.4	1	14.3	5	13.2

Comprobación de Hipótesis

Conceptos	X <sup>2</sup> Calc.	X <sup>2</sup> Tab.	P(X <sup>2</sup> )Calc.	P(X <sup>2</sup> )Tab.	Se acepta hip. con 95% de confiabilidad.	
					SI	NO
1 con 2.1	.1989	5.99	.094	.9500	X	
1 con 2.2	1.3086	5.99	.4802	.9500	X	
1 con 2.3	.0999	5.99	.048	.9500	X	

INTEGRACION DE LA FUNCION ALTO CONSUMO DE ALCOHOL

Con el propósito de resumir el poder explicativo que tienen las variables de la encuesta en relación al consumo de alcohol, se recurrió a la aplicación del Test  $X^2$  (ji cuadrada) para comprobar el grado de relación existente de las variables estudiadas.

El análisis de regresión múltiple integrado al análisis de varianza se desechó como forma de estimación de la función alto consumo de alcohol, debido a los altos niveles de autocorrelación que registraban las series acumuladas, y considerando también que el procesamiento iba a ser muy laborioso, ya que habría que procesar por etapas a la matriz de datos básicos cuyo rango es de 146 X 197 observaciones. Debido a esta razón, se decidió aplicar en tablas de contingencia de prueba de hipótesis el Test  $X^2$ . Así, la función alto consumo de alcohol adopta la forma siguiente:

$$y = (a_1 x_1, a_2 x_2, \dots a_n x_n)$$

Donde la variable dependiente (y) es el alto consumo de alcohol y los coeficientes de las variables independientes ( $a_1, a_2 \dots a_n$ ) son los valores obtenidos del Test  $X^2$  calculados en cada uno de los cuadros de salida. De esta manera, las características que resultaron ser más relevantes y que se toman en consideración son las siguientes:

Cuadro de Origen	Variable Explicativa	X <sup>2</sup> calculada	<u>X<sup>2</sup> Estandarizada</u>
			<u>X<sup>2</sup> calculada - X<sup>2</sup> tabla</u> X <sup>2</sup> Tablas
1	X <sub>1</sub> = Que Trabajan	.4669	92.20
1	X <sub>2</sub> = Que no trabajan	4.1720	30.35
2	X <sub>3</sub> = Que trabajan en empresa pública	.7732	87.09
2	X <sub>4</sub> = Que Trabajan en empresa privada	2.1412	64.25
5	X <sub>5</sub> = Trabajan y pueden relacionarlo - con su carrera	.5586	90.67
5	X <sub>6</sub> = Trabajan y no pueden relacionarlo con su carrera	.1423	97.62
	Que consumen alcohol por:		
6	X <sub>7</sub> = Por agradar a otros	.7932	86.65
6	X <sub>8</sub> = Curiosidad	2.021	66.26
6	X <sub>9</sub> = Placer	2.8009	53.24
7	X <sub>10</sub> = Que les gustaria hacer actividades de ocio en su tiempo libre	.3371	94.37
7	X <sub>11</sub> = Que les gustaria hacer actividades de ocio en su tiempo libre y con expectativas	1.0365	82.69
7	X <sub>12</sub> = Que les gustaria hacer actividades de ocio en su tiempo libre y sin expectativas	.8852	85.22
	Que consumen alcohol por razones no sociales:		
8	X <sub>13</sub> = Placer y costumbre	.6122	89.77
8	X <sub>14</sub> = por Depresión	4.9351	17.61
8	X <sub>15</sub> = Que consumen alcohol por razones sociales	1.9516	67.41

9	X <sub>16</sub> = Que tienen problemas por beber	5.55	7.34
10	X <sub>17</sub> = Que han tenido incidentes por beber	2.48	58.59
11	X <sub>18</sub> = Cuyas amistades <del>todas</del> consumen	2.4853	58.50
11	X <sub>19</sub> = Cuyas amistades algunas consumen	3.6979	38.26
12	X <sub>20</sub> = Cuyos hermanos y padres consumen	.8333	86.08
13	X <sub>21</sub> = Cuya procedencia familiar no es del D.F.	.6992	88.32
14	X <sub>22</sub> = Cuyos padres radican en el D.F.	.9896	83.48
14	X <sub>23</sub> = Cuyos padres no radican en el D.F.	.7071	88.19
15	X <sub>24</sub> = Cuya edad del padre es > 50 años	1.2774	78.67
15	X <sub>25</sub> = Cuya edad del padre es < 50 años	1.5073	74.83
15	X <sub>26</sub> = Cuya edad de la madre es > 45 -- años	.7687	87.16
15	X <sub>27</sub> = Cuya edad de la madre es < 45 -- años	.7496	87.48
	Cuya escolaridad del padre es:		
16	X <sub>28</sub> = Primaria	1.1785	80.32
16	X <sub>29</sub> = Secundaria	.7524	87.44
16	X <sub>30</sub> = Preparatoria	.0125	99.79
16	X <sub>31</sub> = Universidad	1.7514	70.76
16	X <sub>32</sub> = Sin escolaridad	.9460	84.20
	Cuya escolaridad de la madres es:		
16	X <sub>33</sub> = Primaria	.7597	87.31

16	X <sub>34</sub> = Secundaria	1.1726	80.42
16	X <sub>35</sub> = Preparatoria	3.1127	48.03
16	X <sub>36</sub> = Universidad	.9908	83.45
16	X <sub>37</sub> = Sin escolaridad	1.9265	67.83

Cuya actividad de la madres es:

17	X <sub>38</sub> = Oficio	1.7062	71.51
17	X <sub>39</sub> = Profesional	.1322	97.79
17	X <sub>40</sub> = Hogar	2.5562	57.32

Que ven Televisión:

18	X <sub>41</sub> = 0 - 5 hrs.	.7110	88.13
18	X <sub>42</sub> = 6 - 10 hrs.	1.9410	67.59
18	X <sub>43</sub> = 11 - 20 hrs.	.1069	98.21

Cuyos lugares de consumo son:

19	X <sub>44</sub> = Fiesta o reunión	.3085	94.84
19	X <sub>45</sub> = Bar o Restaurant	7.2337	-20.76
19	X <sub>46</sub> = Calle o tienda	2.6490	55.77
19	X <sub>47</sub> = Trabajo	.9460	84.20
19	X <sub>48</sub> = Casa	1.4410	75.94

Que viven con:

20	X <sub>49</sub> = Solos	.7359	87.71
20	X <sub>50</sub> = Parientes	.3809	93.64
20	X <sub>51</sub> = Amigos	.8739	85.41
20	X <sub>52</sub> = Familia	1.9612	67.25
20	X <sub>53</sub> = Otros	1.5178	74.66

La Naturaleza de los Comerciales que recuerdan:

21	X <sub>54</sub> = Seguridad	1.066	82.20
21	X <sub>55</sub> = Violencia	.3639	93.92
21	X <sub>56</sub> = Poder	.5357	91.05
21	X <sub>57</sub> = Prestigio	.5763	90.37
21	X <sub>58</sub> = Sociabilidad	.8413	85.95

Años de radicar en el D.F. de personas no originarias del área metropolitana.

22	X <sub>59</sub> = 0 - 5 años	.1989	96.68
22	X <sub>60</sub> = 6 - 10 años	1.3086	78.15
22	X <sub>61</sub> = 11 - 20 años	.0999	98.33

Por último se reclasificaron las variables en las tres categorías siguientes:

CATEGORIA I

Variables explicativas con rango relevante. (Cuyos valores de X<sup>2</sup> estandarizados se encuentran entre 85.0 y 100.0)

CATEGORIA II

Variable explicativas con rangos intermedios (cuyos valores de X<sup>2</sup> estandarizados se encuentran entre 60.0 y 84.0)

CATEGORIA III

Variables explicativas con bajo rango (cuyos valores de X<sup>2</sup> estandarizados se encuentran entre 0.0 y 59.0)

Así la reagrupación arroja los siguientes resultados:

CATEGORIA I

(85.0 - 100.0)

Importancia	Cuadro de Origen	Variable Explicativa	X <sup>2</sup>	Estandarizada
11	1	X <sub>1</sub> = Que trabajan		92.20
24	2	X <sub>3</sub> = Que trabajan en empresa pública		87.09
13	5	X <sub>5</sub> = Trabajan y pueden relacionarlo con su carrera.		90.67
5	5	X <sub>6</sub> = Trabajan y no pueden relacionarlo con su carrera.		
25	6	X <sub>7</sub> = Que consumen alcohol por agradar a otros		86.75
8	7	X <sub>10</sub> = Que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre		94.37
29	7	X <sub>12</sub> = Que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre y sin expectativas.		85.22
15	8	X <sub>13</sub> = Placer y Costumbre		89.77
26	12	X <sub>20</sub> = Cuyos hermanos y padres consumen		86.08
16	13	X <sub>21</sub> = Cuya procedencia familiar no es del D.F.		88.32
17	14	X <sub>23</sub> = Cuyos padres no radican en el D. F.		88.19
23	15	X <sub>26</sub> = Cuya edad de la madre es > 45 años		87.16
20	15	X <sub>27</sub> = Cuya edad de la madre es < 45 años		87.48
21	16	X <sub>29</sub> = Escolaridad del Padre: Secundaria		87.44
21	16	X <sub>30</sub> = Preparatoria		99.79

...

CATEGORIA I  
(85.0 - 100.0)

Importancia	Cuadro de Origen	Variable Explicativa	X <sup>2</sup>	Estandarizada
22	16	X <sub>33</sub> = Escolaridad de la Madre: Primaria		87.31
4	17	X <sub>39</sub> = Profesional		97.79
18	18	X <sub>41</sub> = Que ven Televisión: 0 - 5		88.13
3	18	X <sub>43</sub> = 11 - 20		98.21
7	19	X <sub>44</sub> = Cuyo Lugar de Consumo es: Fiesta o Reunión		94.84
19	20	X <sub>49</sub> = Que Viven: Solos		87.71
10	20	X <sub>50</sub> = Con Parientes		93.64
28	20	X <sub>51</sub> = Con Amigos		85.41
9	21	X <sub>55</sub> = Naturaleza del Comercial que recuerdan: Violencia		93.41
12	21	X <sub>56</sub> = Poder		91.05
14	21	X <sub>57</sub> = Prestigio		90.37
27	21	X <sub>58</sub> = Sociabilidad		85.95
6	22	X <sub>59</sub> = Años de radicar en el D. F. y que no - son originarios del área metropolitana: 0 - 5 años		96.68
2	22	X <sub>61</sub> = 11 - 20 años		98.33

CATEGORIA II  
(60.0 - 84.9)

Importancia	Cuadro de Origen	Variable Explicativa	X <sup>2</sup> Estandarizada
20	2	X <sub>4</sub> = Que trabajan en empresa privada	64.25
19	6	X <sub>8</sub> = Consumen Alcohol por Curiosidad	66.26
4	7	X <sub>4</sub> = Que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre y con expectativas.	82.69
17	8	X <sub>15</sub> = Que consumen alcohol por razones sociales.	67.41
2	14	X <sub>22</sub> = Cuyos padres radican en el D. F.	83.48
8	15	X <sub>24</sub> = Cuya edad del padre es > 50 años	78.67
11	15	X <sub>25</sub> = Cuya edad del padre es < 50 años	74.83
7	16	X <sub>28</sub> = Escolaridad del Padre: Primaria	80.32
14	16	X <sub>31</sub> = Universidad	70.76
1	16	X <sub>32</sub> = Sin Escolaridad	84.20
6	16	X <sub>34</sub> = Escolaridad de la Madre: Secundaria	80.42
3	16	X <sub>36</sub> = Universidad	83.45
15	16	X <sub>37</sub> = Sin Escolaridad	67.83
13	17	X <sub>38</sub> = Actividad de la Madre: Oficio	71.51
16	18	X <sub>42</sub> = Que ven televisión: 6 - 10 hrs.	67.59
1	19	X <sub>47</sub> = Cuyo lugar de consumo es: Trabajo	84.20
10	19	X <sub>48</sub> = Casa	75.94
18	20	X <sub>52</sub> = Que viven con: Familia	67.25

Se registró un solo caso, esta variable no es representativa del comportamiento de la muestra.

...

CATEGORIA II

(60.0 - 84.9)

Importancia	Cuadro de Origen	Variable Explicativa	X <sup>2</sup>	Estandarizada
12	20	X <sub>53</sub> = Habitan con otro tipo de personas - distintas: familia, amigos, parientes y solos	74.66	
5	21	X <sub>54</sub> = Naturaleza del Comercial que recuerdan Seguridad	82.20	
9	22	X <sub>60</sub> = Años de radicarse en el D.F. y que son - originarios del área metropolitana: 6 - 10 Años	78.15	

CATEGORIA III

(0.0 - 59.9)

Importancia	Cuadro de Origen	Variable Explicativa	X <sup>2</sup>	Estandarizada
8	1	X <sub>2</sub> = Que no trabajan		30.35
5	6	X <sub>9</sub> = Que consumen alcohol por: Placer		53.24
9	8	X <sub>14</sub> = Por Depresión		17.61
10	9	X <sub>16</sub> = Que tienen problemas por beber		7.34
1	10	X <sub>17</sub> = Que han tenido incidentes por beber		58.59
2	11	X <sub>18</sub> = Cuyas amistades todas consumen		58.50
7	11	X <sub>19</sub> = Cuyas amistades algunas consumen		38.26
6	16	X <sub>35</sub> = Escolaridad de la Madre: Preparatoria		48.03
3	17	X <sub>40</sub> = Actividad de la Madre: Hogar		57.32
4	19	X <sub>46</sub> = Lugar de Consumo en: Calle o tienda		55.77
<u>SIN CLASIFICAR</u>				
0	19	X <sub>45</sub> = Consumen alcohol en Bar o Restaurant		-20.76

Al clasificar las variables en tres categorías de acuerdo a su poder explicativo del alto consumo de alcohol, se observó que el número de variables que aparecen en la categoría I fue el mayor; en esta categoría se registraron 29 variables en comparación con 21 de la Categoría II y 10 de la Categoría III. Esta distribución, permite deducir la bondad del diseño del cuestionario al incluir variables que en mayor grado explican el alto consumo de alcohol.

El ponderar a las variables explicativas empleando la  $X^2$  estandarizada permitira deducir cuales son las variables que más influyen en el consumo del alcohol y adicionalmente facilitará el identificar cuáles hipótesis que se propusieron de mostrar en este estudio son las que logran explicar de una forma mas aproximada este fenómeno.

En el caso del análisis de las variables se listaron las más importantes por cada categoría; así, de la Categoría I se mencionaran las 10 más importantes de la Categoría II las tres de mayor ponderación y de la Categoría III únicamente las dos de mayor valor en  $X^2$ .

Los resultados son los siguientes:

<u>Categoría I</u>	<u><math>X^2</math></u>	<u>Estandarizada</u>
1. Escolaridad del Padre (Preparatoria)		99.79
2. Años de radicar en el D.F. y que no son originarios del área metropolitana. (11 a 20 años)		98.33
3. No de horas de ver la televisión (11 a 20 hrs.)		98.21
4. Actividad de la Madre (Profesional)		97.79
		...

<u>Categoría I</u>	<u>X<sup>2</sup> Estandarizada</u>
5. Trabajan y no pueden relacionarlo con su carrera.	97.62
6. Años de radicar en el D.F. y que no son originarios del área metropolitana. (0 a 5 años)	96.68
7. Cuyo lugar de consumo son fiestas y reuniones	94.84
8. Que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre.	94.37
9. Naturaleza de los comerciales que recuerdan (violencia)	93.92
10. Que viven con parientes	93.64
 <u>Categoría II</u>	
1. Sin escolaridad del Padre	84.20
2. Cuyos Padres radican en el D.F.	83.48
3. Escolaridad de la Madre (Universidad)	83.45
 <u>Categoría III</u>	
1. Que han tenido incidentes por beber	58.59
2. Cuyas amistades consumen	58.50

La naturaleza de las variables anteriormente enunciadas hacen pensar que la escolaridad del Padre, el tiempo de radicar en una zona urbana, los medios masivos de comunicación, la actividad de la madre, el grado de satisfacción en el trabajo y el hecho de que vivan con parientes son los factores que con mayor frecuencia influyen el alto consumo de alcohol en la población estudiantil. De ahí que se podría concluir que dependiendo del grado de integración familiar existente, de la frecuencia con que se hagan concientes de la propaganda de consumo de alcohol, de la satisfacción que les proporcione su --

su actividad profesional, de las opciones al ocio que se les presente y de la ausencia total de lazos familiares, la población estudiantil recurrirá con más frecuencia al consumo de alcohol.

Al incorporar a las hipótesis las variables explicativas que con mayor relevancia determinan el alto consumo de alcohol, se podrá establecer cual y cuales de ellas constituyen buenas hipótesis de trabajo para estudios más profundos que se desee realizar acerca del consumo de alcohol en la población estudiantil.

En este sentido, se enumeran las hipótesis que se intentaron comprobar en este estudio explicitando las variables que emplea cada una de ellas, con el propósito de observar la frecuencia con que aparecen las variables explicativas de la Categoría I. Así aquellas hipótesis que tengan el mayor número de variables explicativas con rango relevante serán las que con más exactitud expliquen el fenómeno de alcoholismo en la población estudiantil.

Por otro lado, el ponderar las hipótesis por su grado de importancia permitirá ligar al marco teórico aquellas variables de mayor poder explicativo que únicamente se enunciaron pero que no se analizaron en la sección anterior.

Las principales hipótesis y las variables que las integran son las siguientes:

## EVALUACION DE LAS HIPOTESIS DE LA ENCUESTA EXPLORATORIA POR ORDEN DE IMPORTANCIA Y PODER EXPLICATIVO

H I P O T E S I S	CUADRO DE ORIGEN	NUMERO DE VARIABLE	VARIABLE EXPLICATIVA	CATEGORIA	PRIORIDAD	No. DE VARIABLES DE LA CATEGORIA I	ENTRE LAS 10 PRIMERAS
1. El consumo de alcohol se ve influenciado por la carencia de una actividad básica remunerada; del tipo de empresa en donde se trabaja y del grado de satisfacción que les reporte - su trabajo en la medida que se relacione con su actividad profesional o académica.	1	X <sub>1</sub>	Trabaja y tiene alto consumo o H	I	11	4	1
	1	X <sub>2</sub>	No trabaja y tiene alto consumo o H	III	8		
	2	X <sub>3</sub>	Trabaja en Empresa Pública	I	24		
	2	X <sub>4</sub>	Trabaja en Empresa Privada	III	5		
	5	X <sub>5</sub>	Trabaja y puede relacionarlo con su carrera	I	13		
	5	X <sub>5</sub>	Trabaja y no puede relacionarlo - con su carrera	I	5		
2. Las razones de consumo de alcohol están estrechamente relacionadas con los lugares donde más frecuentemente se consume bebidas - alcohólicas.			Que consumen alcohol por la. vez entre los 10 y 16 años:			1	0
	6	X <sub>7</sub>	Por agradar a otros	I	25		
	6	X <sub>8</sub>	Curiosidad	II	19		
	6	X <sub>9</sub>	Placer	III	8		
	11	X <sub>18</sub>	Cuyas amistades todas consumen	III	2		
	11	X <sub>19</sub>	Cuyas amistades algunas consumen	III	7		

H I P O T E S I S	CUADRO DE ORIGEN	NUMERO DE VARIABLE	VARIABLE EXPLICATIVA	CATEGORIA	PRIORIDAD	No. DE VARIABLES DE LA CATEGORIA I	ENTRE LAS 10 PRIMERAS
3. El que se manifieste el deseo de dedicarse a las actividades de ocio en su tiempo libre es un factor de influencia directa en el consumo de alcohol; este consumo se verá acentuado - si la persona tiene o no expectativas en cuanto a sus actividades profesionales y sociales.	7	X <sub>10</sub>	Que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre.	I	8	2	1
	7	X <sub>11</sub>	Que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre y con expectativas.	II	4		
	7	X <sub>12</sub>	Que les gustaría hacer actividades de ocio en su tiempo libre y sin expectativas.	I	29		
4. El detectar la razón social y no social del consumo de alcohol analizada en forma paralela con el lugar de consumo, permite precisar el tipo de situación que induce a que este fenómeno aparezca.			Razón no social de consumo de alcohol.			2	1
	8	X <sub>13</sub>	Placer y costumbre	I	15		
	8	X <sub>14</sub>	Por Depresión	III	9		
	8	X <sub>15</sub>	Que consume alcohol por razones sociales	II	17		
			Lugares de Consumo:				
	19	X <sub>44</sub>	Fiesta o reunión	I	7		
	19	X <sub>45</sub>	Bar o restaurant	No Clasificada			
	19	X <sub>46</sub>	Calle o tienda	III	4		
	19	X <sub>47</sub>	Trabajo	II	1		
	19	X <sub>48</sub>	Casa	II	10		

H I P O T E S I S	CUADRO DE ORIGEN	NUMERO DE VARIABLE	VARIABLE EXPLICATIVA	CATEGORIA	PRIORIDAD	No. DE VARIABLES DE LA CATEGORIA I	ENTRE LAS 10 PRIMERAS
5. Analizando los problemas por beber y los incidentes que pueden provocar, permite determinar que parte de la población estudiantil con alto consumo de alcohol tiene manifestaciones que afectan a los grupos sociales.	9	X <sub>16</sub>	Que han tenido problemas por beber.	III	10	0	0
	10	X <sub>17</sub>	Que han tenido incidentes por beber.	III	1		
6. Se asume que el mayor o menor consumo de alcohol está estrechamente relacionado con el hecho de que en el ambiente familiar se consuma bebidas alcohólicas.	12	X <sub>20</sub>	Cuyo padres y hermanos consumen alcohol.	I	26	1	0
	13	X <sub>21</sub>	Cuya procedencia familiar no es el D. F.	I	16	4	2
7. El grado de permanencia en número de años en una zona urbana por personas no originarias de las grandes ciudades, es factor de choque transcultural que se traduce en un mayor consumo de alcohol.	14	X <sub>22</sub>	Cuyos padres radican en el D. F.	II	2		
	14	X <sub>23</sub>	Cuyos padres no radican en el D. F.	I	17		
			Que radican en el D.F. y que no son originarios del área metropolitana:				
	22	X <sub>59</sub>	0 - 5 años	I	6		
	22	X <sub>60</sub>	6 - 10 años	II	9		
22	X <sub>61</sub>	11 - 20 años	I	2			

H I P O T E S I S	CUADRO DE ORIGEN	NUMERO DE VARIABLE	VARIABLE EXPLICATIVA	CATEGORIA	PRIORIDAD	No. DE VARIABLES DE LA CATEGORIA I	ENTRE LAS 10 PRIMERAS
8. La edad de los padres es un factor que influye en el consumo de alcohol a medida que la brecha generacional se ensancha y los niveles de integración y comunicación familiar se vean disminuidos.	15	X <sub>24</sub>	Cuya edad del padre > 50 años	II	8	2	0
	15	X <sub>25</sub>	Cuya edad del padre < 50 años	II	11		
	15	X <sub>26</sub>	Cuya edad de la madre es > 45 años	I	23		
	15	X <sub>27</sub>	Cuya edad de la madre es < 45 años	I	20		
	16	X <sub>28</sub>	Escolaridad del Padre: Primaria	II	7		
16	X <sub>29</sub>	Secundaria	I	21			
16	X <sub>30</sub>	Preparatoria	I	1			
16	X <sub>31</sub>	Universidad	II	14			
16	X <sub>32</sub>	Sin Escolaridad	II	1			
16	X <sub>33</sub>	Escolaridad de la Madre: Primaria	I	22			
16	X <sub>34</sub>	Secundaria	II	6			
16	X <sub>35</sub>	Preparatoria	III	6			
16	X <sub>36</sub>	Universidad	II	3			
17	X <sub>37</sub>	Sin escolaridad	II	15			

HIPOTESIS	CUADRO DE ORIGEN	NUMERO DE VARIABLE	VARIABLE EXPLICATIVA	CATEGORIA	PRIORIDAD	No. DE VARIABLE DE LA CATEGORIA I	ENTRE LAS 10 PRIMERAS
			Cuya actividad de la madre es:				
	17	X <sub>38</sub>	Oficio	II	13		
	17	X <sub>39</sub>	Profesional	I	4		
	17	X <sub>40</sub>	Hogar	III	3		
10. Los medios masivos de comunicación son un factor que favorece en una forma importante al alto consumo de alcohol debido a que alienan, reflejan y condicionan valores que predominan en el comportamiento de altos consumidores.						6	2
			No. Horas de ver televisión				
	18	X <sub>41</sub>	0 - 5 hrs.	I	18		
	18	X <sub>42</sub>	6 - 10 hrs.	II	16		
	18	X <sub>43</sub>	11 - 20 hrs.	I	3		
			Tipo de comercial que recuerdan:				
	21	X <sub>54</sub>	Seguridad	II	5		
	21	X <sub>55</sub>	Violencia	I	9		
	21	X <sub>56</sub>	Poder	I	12		
	21	X <sub>57</sub>	Prestigio	I	14		
	21	X <sub>58</sub>	Sociabilidad	I	27		
11. La carencia de nexos afectivos genera factores depresivos que favorecen al consumo de alcohol.						3	1
			Que vive con:				
	20	X <sub>49</sub>	Solos	I	19		

H I P O T E S I S	CUADRO DE ORIGEN	NUMERO DE VARIABLE	VARIABLE EXPLICATIVA	CATEGORIA	PRIORIDAD	No. DE VARIABLE DE LA CATEGORIA I	ENTRE LAS 10 PRIMERAS
	20	X <sub>50</sub>	Parientes	I		10	
	20	X <sub>51</sub>	Amigos	I		28	
	20	X <sub>52</sub>	Familia	II		18	
	20	X <sub>53</sub>	Otros	II		12	

Empleando el Cuadro de Evaluación de Hipótesis por orden de importancia y poder explicativo se obtuvieron los siguientes resultados:

No. de Hipótesis	Prioridad de acuerdo a su poder explicativo
1	4
2	9
3	6
4	5
5	11
6	10
7	2
8	8
9	1
10	3
11	7

La hipótesis con mayor poder explicativo incluye a la escolaridad de los padres y la actividad de la madre. Esta es una hipótesis asociada al nivel de vida que los estudiantes puedan tener en el ámbito familiar y extrafamiliar y que ocasiona o favorece al alto consumo de alcohol.

La hipótesis que ocupa el segundo lugar en poder explicativo se refiere al tiempo de permanencia en el D.F. de personas no originarias de la zona --

...

metropolitana. Esta hipótesis, al igual que la anterior es una hipótesis asociada, en este caso, a los factores de movilidad y del efecto cultural que caracteriza a las zonas con alto crecimiento urbano, en relación a las zonas rurales o en proceso de expansión.

La hipótesis que ocupa el tercer lugar en poder explicativo, toma en consideración ~~el desarrollo y utilización de los medios masivos de comunicación.~~

Esta hipótesis al igual que las dos anteriores, esta asociada al proceso de modernización y avance tecnológico de la sociedad urbana.

La cuarta hipótesis por orden de prioridad se refiere al grado de satisfacción o insatisfacción que le pueda reportar a la población estudiantil el hecho de tener o no trabajo y en el caso de tenerlo, que lo puedan relacionar con su educación profesional. Nuevamente, esta hipótesis como factor explicativo del consumo de alcohol, se encuentra asociada al desarrollo productivo, al nivel de ingreso personal y al efecto que pueda ejercer el capital humano en la mayor o menor integración de la estructura productiva y social de un país.

La hipótesis que ocupa el quinto lugar en la explicación del alto consumo de alcohol relaciona la razón social y no social del consumo con el lugar donde con más frecuencia se realiza. Las variables que integran a esta hipótesis no se comportan de la misma forma que las anteriormente analizadas, ya que en lugar de estar asociadas, son un resultante del mayor o menor dinamismo de incorporación de la población estudiantil al proceso de socialización.

Las hipótesis referentes al ocio (hipótesis con prioridad 6); el vivir o no con familiares (hipótesis con prioridad 7); la edad de los padres (hipótesis con prioridad 8); edad que por primera vez consumieron (hipótesis con prioridad 9); la naturaleza familiar del consumo (hipótesis con prioridad 10) y la que incluye a los problemas e incidentes como variables explicativas son hipótesis que resultan de las que se priorizaron en los cuatro primeros lugares.

En este sentido, se puede afirmar que la estrategia de cualquier estudio que pretenda analizar longitudinalmente y no transversalmente el fenómeno del consumo de alcohol de una población estudiantil con nivel profesional, deberá profundizar fundamentalmente, sobre los aspectos psicosociales del grado de integración familiar especificando las características esenciales de cada uno de los componentes de la familia. Deberá también, tomar en consideración los nexos existentes de la familia con el proceso de urbanización de las grandes ciudades, observando con más detenimiento dentro de éste proceso, la importancia y efecto que tienen los medios masivos de comunicación y la estructura de empleo prevaleciente en los integrantes de la población que se pretenda estudiar.

## B I B L I O G R A F I A

- Alcohólicos Anónimos. "La tradición de AA". Como se desarrolló por Bill W.- Un recorrido a través de los hechos históricos que nos llevaron a nuestras doce tradiciones. Folleto impreso y distribuido por Central Mexicana de los Servicios Generales de AA, A.C. México 1, D.F.
- Alcohólicos Anónimos. "Los doce pasos" Folleto impreso y distribuido por la Central Mexicana de los Servicios Generales de AA, A.C. México 1, D.F.
- Alcohólicos Anónimos, "Esto es AA". Folleto impreso y distribuido por Central Mexicana de los Servicios Generales de AA, A.C. México 1, D.F.
- Alcohólicos Anónimos. "Las doce tradiciones". Folleto impreso y distribuido por la Central Mexicana de los Servicios Generales de AA. A.C., México 1, D.F.
- Almanaque de México 1981.
- Alonso-Fernández, Francisco. "Complicaciones del alcoholismo en la psiquiatría. Revista de información psiquiátrica No. 121, Madrid, 1965. pp. 177-182.
- Alonso-Fernández, F. "Fundamentos de Psiquiatría Actual"; Ed.- Paz Montalvo, Madrid, 1977. Tomo II pp. 429-594.
- Alonso-Fernández, F. "La personalidad del alcohólico. Revista Clínica Española No. 88, Madrid 1963, pp. 377-392.
- Alonso-Fernández, F. "Perspectiva antropológica en la etiología de los alcoholismos. Actas Luso Españolas Neurológicas y Psiquiátricas No. 25, Madrid 1966. pp.67-82.
- Alonso-Fernández, F. "Psicología Médica y social" Ed. Paz Montalvo, Madrid, 1974. pp. 481-494.
- Alonso-Fernández F. "Sobre los trastornos de la conciencia en el alcoholismo y las toxicomanías." Boletín del Instituto de Medicina Psicológica No. 90. Madrid 1967. pp.11-20
- Atlas de la Salud y de la República Mexicana. Secretaría de - Salubridad y Asistencia. México 1973.
- Bachelard, G. "Psicoanálisis del fuego" Ed. Alianza, Madrid, - 1966. pp. 139-164.
- Belmont. F. "Aburrimiento y aislamiento, dos características - de la televisión de nuestro país: Raúl Cremoux" en Uno más Uno del 29 de junio de 1980.
- Blos, Peter. "On Adolescence: A psychoanalytic analysis" Nueva York 1962. Free Press of Glencoe. pp. 20-40.

- Bustamante, Guevara, Pérez de Francisco y Vasconcelos. "Antecedentes de estudios y acciones médico-sociales relacionados con el alcoholismo en México de 1866 a 1973. pp. - 228-253.
- Cabildo, H.M.; Martínez, M.J.; Juárez, J.M. "Encuesta sobre hábitos de ingestión de bebidas alcohólicas." Salud pública de México, 1969. Epoca V, Vol. XI No. 6 Nov-Dic. - de 1968.
- Calderón, G. "Alcoholismo y Sociedad." Rev. Psiquiatría. México, Dep-Dic. 1973.
- Calderón, G. "Consideraciones acerca del alcohol entre los pueblos prehispánicos de México" Revista del Instituto Nacional de Neurología. 2, pp. 5-13, México 1968.
- Calderón, G.; Campillo C.; Suárez C.; "Respuestas de la comunidad ante los problemas del alcohol. OMS. Instituto Mexicano de Psiquiatría, México 1981.
- Carpenter, J.A. "Effects of alcoholic on some psychological process" en Quart. J. Stud. Alc., No. 23, 274-314, 1962.
- Castro, M.E. "Estudio sobre el uso de drogas y problemas que se asocian en una muestra de población de estudiantes de México" en Reporte Interno, Cemesan, México 1974-1978.
- Castro, M.E. y Cols. "Los estudiantes y las drogas en México" En Cuadernos Científicos, Instituto Mexicano de Psiquiatría, No. 12, México 1980.
- Castro, M.E. y Cols. "Consumo de drogas en población escolar de la Ciudad de México y zona metropolitana. En Boletín de narcóticos, Vol. XXI, pp. 585-595, México 1978.
- Clavijero, F.J. "Historia antigua de México", Ed. Porrúa, México 1964.
- Conger, J.J. "Reinforcement theory and the dynamics of alcoholism. Quart. J. Stud. Alcohol, No. 17 pp. 296-305, 1956.
- Davison, G.; Neale, J.M. "Psicología de la conducta anormal". - Ed. Limusa, México 1980, pp. 277-294.
- De la Garza, F. "Estudio Psico-Familiar y Social del paciente farmacodependiente" En Inhalación voluntaria de disolventes industriales. Ed. Trillas, México 1977, pp. 205-232.
- Eibennchutz, C. "Obstáculos y posibilidades de un proyecto innovador en la UAM-Xochimilco", en Foro Universitario, STUNAM No. 1, Epoca 11, México. Diciembre 1980. pp. 39-41.
- Cremoux, R.; Millan A. "La publicidad os hará libres". Colec. - Testimonios del Fondo No.s.36-37. Ed. F.C.E. México 1975.
- Edwards, G. "Principales problemas en la investigación epidemiológica del alcoholismo," Ponencia presentada en el Semina-

- rio sobre epidemiología del alcoholismo UAM-Xochimilco, - México 1976.
- Erikson, E. "Juventud, identidad y crisis". Ed. Hormé, 2a. edición, Buenos Aires, 1966.
- Fenichel, O. "Teoría psicoanalítica de las neurosis". Ed. Paidós, Buenos Aires, 1964.
- Frank-Greenberg. "Un acercamiento al público televidente en Salud Mental, Vol. 3 años 3, México 1980.
- Fromm, E.; Maccobi, M. "Sociopsicoanálisis del campesino Mexicano", Ed. F.C.E. México 1973. pp 209- 238.
- Goode, E. "La adicción de las drogas en los jóvenes". E. Hormé. Buenos Aires, 1974. Colec. Psicología de hoy.
- Guerra, Guerra, A.C. "El alcoholismo en México". Ed. F.C.E. México 1977. Coec. Archivo del Fondo No. 73.
- Hartocollis, P. "Revista de psicoanálisis, psiquiatría y psicología. "Algunos aspectos fenomenológicos de la condición alcohólica" Rev. No. 2, 1966, pp. 90-100.
- Hinojosa, A.; Cosío Pascal A. "Análisis psicológico del Estudiante universitario, Ed. Presna Médica Mexicana, México 1967.
- Ibarra, I.G.; Alarcón, M.A.; Pedroza, H.J. "La participación de la comunidad en la lucha contra el alcoholismo" I Convención Nacional de Salud. México 1973.
- Key, Wilson. "Seducción subliminal", Ed. Diana, México 1979.
- Kolb, L. "Psiquiatría clínica moderna" Ed. Presna Médica Mexicana, México 1977. pp. 250-272.
- Lafarga, J. "Encuesta sobre las actitudes del estudiante universitario, en una universidad privada en México, ante el uso de drogas". En comunidad Vol. VI, No. 35. México 1974.
- McCord, W. y McCord, J. "Origins of alcoholism" Stanford University Press, Calif. 1960.
- Montemayor García F. "Fórmulas de estadística para investigadores, colec. científica No. 5. Instituto Nacional de Antropología, México 1973.
- Moser, Joy. "Problemas relacionados con el alcohol y estrategias de prevención. OMS. Inst. Mex. de Psiq. México 1981.
- Morales Bedoya, A.; Atilano V. "Encuesta sobre farmacodependencia en la población escolar de Barranquilla" en Cuadernos Científicos Cemef. Vol. VII, noviembre de 1980.
- Natera, G.; Orozco C. Zubieta, M. "Hábitos de consumo de alcohol en una zona semirural de la ciudad de México. Reporte Interno Cemessam, México 1979.

- Negrete, J.C. "Alcoholism in Latin America Annals of Newy York Academy of sciences 273, p. 9-23, 1976.
- Packard, V. "Las formas ocultas de la propaganda". Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 1973.
- Pittman, D.J. "Alcoholismo: Un enfoque interdisciplinario". Ed. Paidós, Buenos Aires, 2a. edición, 1977.
- Rosovsky Tuchgznaider, H. "Alcoholismo y problemas relacionados con el consumo de alcohol en México: Consideraciones metodológicas en su estudio y algunos resultados" UNAM. Facultad de Psicología (Tesis) México 1982.
- Rosovsky de Ripstein, H. Mass H. "Un indicador indirecto del alcoholismo en México: mortalidad por alcoholismo agudo, alcoholismo crónico y cirrosis alcohólica" V.Reunión Nal. de la Asociación Psiquiátrica Mexicana, diciembre de 1977.
- SEP. Comparecencia del Secretario de Educación Pública en la Cámara de Senadores, Nov. 21 de 1973. Ley Orgánica de la UAM., Diálogo con Senadores, Dictamen publicado por la Dirección General de Información y Relaciones Públicas, México 1974.
- SHyCP Serie "Estadísticas de Finanzas Públicas" Tomos I al VII. Dirección de Planeación Hacendaria, México 1982.
- SPyP. La población de México, su ocupación y sus niveles de bienestar Serie: Manuales de información básica de la Nación. Coordinación General del Sistema Nacional de Información, Vol. 2, 1979.
- Solomon, P. Patch, V.D. "Manual de psiquiatría". Ed. El manual moderno, S.A. México 1976.
- UAM Folleto de divulgación, Rectoría General, Centro de Publicaciones , Coordinación General de publicaciones.
- UAM Ley Orgánica. Departamento de Publicaciones, Rectoría General.
- UAM Instructivo de primer ingreso, Departamento de publicaciones Rectoría General.
- UAM. Reglamento orgánico de la UAM. Departamento de publicaciones Rectoría General.
- Valles, J. "Alcoholismo, el alcohólico y su familia" Ed. Costa-Amic editores, S.A. México 1980.

A N E X O S

CUESTIONARIO (1)

NOMBRE \_\_\_\_\_

SEXO  1

EDAD  2  3

TRIMESTRE  4  5

1. TRABAJA ACTUALMENTE  8  
si / no

CARRERA  6  7

2. TIPO DE EMPRESA EN QUE TRABAJA  9  
pública / privada

3. SU EMPLEO ESTA RELACIONADO CON SU CARRERA  10  
si / no

4. ACTIVIDAD QUE DESARROLLA  11  12

5. INGRESOS QUE PERCIBE \$  13  14  15  16  17

6. DESTINO DEL INGRESO:   
 -Personal Básico (comida, ropa, etc.)   
 (Señale en orden de importancia.)   
 -Personal Accesorio (diversiones etc.)  18   
 -Familiar básico   
 -Familiar Acc.   
 -Otros

7. TRABAJAN CON UDS. OTROS ESTUDIANTES DE LA UAM  19  
si / no

8. EN QUE OCUPA SU TIEMPO LIBRE \_\_\_\_\_  20  21

9. HA CONSUMIDO ALGUNA VEZ ALCOHOL  22  
si / no

10. EDAD EN QUE LO CONSUMIO POR PRIMERA VEZ  23  24

11. RAZONES POR LAS QUE CONSUMIO:   
 -Por curiosidad   
 -Para agradar a los amigos   
 -Para obtener placer   
 -Otras \_\_\_\_\_  25  
 (especifique)

12. CUANDO CONSUMIO ALCOHOL POR ULTIMA VEZ  26  27  
(en semanas)

13. EN QUE TIPO DE REUNION:   
 -Familiar   
 -Amigos   
 -Social   
 -Otros \_\_\_\_\_  28  
 (especifique)

14. QUE TIPO DE BEBIDA ALCOHOLICA ACOSTUMBRA:   
 -Licores Destilados (whiskey, brandy, vodka ron)   
 -Vinos de Mesa (tinto, blanco, rojo)   
 -Vinos Generosos (jerez, oporto, etc.)   
 -Cerveza   
 -Otros \_\_\_\_\_  29

14.1 CANTIDAD QUE ACOSTUMBRA TOMAR \_\_\_\_\_

=   
30 31

15. HA TENIDO ALGUN PROBLEMA POR CONSUMIR ALCOHOL:

- ninguno \_\_\_\_\_.
- familiares \_\_\_\_\_.
- salud \_\_\_\_\_.
- económicos \_\_\_\_\_.
- laborales \_\_\_\_\_.
- escolares \_\_\_\_\_.
- judicales \_\_\_\_\_.
- otros \_\_\_\_\_.

32

16. HA TENIDO ALGUN INCIDENTE POR CONSUMIR ALCOHOL:

- ninguno \_\_\_\_\_.
- altercados \_\_\_\_\_.
- riñas \_\_\_\_\_.
- lesiones \_\_\_\_\_.
- choques \_\_\_\_\_.
- otros \_\_\_\_\_.

33  
   
34 35

17. SUS AMIGOS CONSUMEN ALCOHOL \_\_\_\_\_  
sí / no / no sabe

- Cuantos: -Todos
- Algunos
- Alguno
- Ninguno

18. SUS HERMANOS CONSUMEN ALCOHOL \_\_\_\_\_  
sí / no / no sabe

36

19. SUS PADRES CONSUMEN ALCOHOL \_\_\_\_\_ quien \_\_\_\_\_  
padre / madre 37 38

20. UDS. ES ORIGINARIO DE \_\_\_\_\_  
lugar / Estado 39

21. TIEMPO DE VIVIR EN EL D.F. \_\_\_\_\_  
AÑOS 40 41

22. PRINCIPALMENTE VIVE CON:  
-solo \_\_\_\_\_ . - con amigos \_\_\_\_\_ . -con parientes lejanos \_\_\_\_\_ .  
-con familia \_\_\_\_\_ . otros \_\_\_\_\_ .  
42

23. SU FAMILIA ES ORIGINARIA DE \_\_\_\_\_  
lugar / estado 43

24. RADICAN SUS PADRES EN EL D.F. \_\_\_\_\_  
sí / no / no sabe 44  
Tiempo de vivir aquí \_\_\_\_\_  
años 45 46

25. EDAD DE LOS PADRES: Padre \_\_\_\_\_ . 47 48 . Madre \_\_\_\_\_ . 49 50

26. ESCOLARIDAD DE LOS PADRES: Padre \_\_\_\_\_ . 51 52 . Madre \_\_\_\_\_ . 53 54

27. ACTIVIDAD DE LOS PADRES: Padre \_\_\_\_\_ . 55 56 . Madre \_\_\_\_\_ . 57 58

MATRICULA \_\_\_\_\_  
59 60 61 62 63 64 65 66

INVESTIGACION EXPLORATORIA DE CONSUMO DE ALCOHOL.(2)

SEXO \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_\_ TRIMESTRE \_\_\_\_\_ DIVISION \_\_\_\_\_

- 1. TRABAJA ACTUALMENTE \_\_\_\_\_
- 2. TIPO DE EMPRESA EN QUE TRABAJA \_\_\_\_\_ pública/privada
- 3. ESTA AGUSTO EN SU TRABAJO \_\_\_\_\_
- 4. ¿LE GUSTA EL TRABAJO QUE DESEMPEÑA? \_\_\_\_\_
- 5. ¿TIENE POSIBILIDAD DE RELACIONARLO CON SU CARRERA? \_\_\_\_\_
- 6. ACTIVIDAD QUE DESARROLLA. \_\_\_\_\_
- 7. ¿EN QUE GASTA EL DINERO QUE GANA? \_\_\_\_\_
- 8. EN QUE OCUPA SU TIEMPO LIBRE \_\_\_\_\_
- 9. QUE LE GUSTARIA HACER EN SU TIEMPO LIBRE \_\_\_\_\_
- 10. ¿HA CONSUMIDO BEBIDAS ALCOHOLICAS ALGUNA VEZ? \_\_\_\_\_
- 11. EDAD EN QUE LAS CONSUMIO POR PRIMERA VEZ \_\_\_\_\_ POR QUE \_\_\_\_\_
- 12. TIPO DE BEBIDA QUE TOMA COMUNMENTE \_\_\_\_\_
- 13. CANTIDAD QUE ACOSTUMBRA TOMAR \_\_\_\_\_
- 14. CUANDO CONSUMIO ALGUNA BEBIDA POR ULTIMA VEZ \_\_\_\_\_ SEMANA (s)
- 15. EN DONDE \_\_\_\_\_ POR QUE \_\_\_\_\_
- 16. HA TENIDO ALGUN PROBLEMA POR BEBER:(marque con cruz)
  - ( ) Familiares ( ) Escolares
  - ( ) De salud ( ) Económicos
  - ( ) Laborales ( ) Judiciales
  - ( ) Otros \_\_\_\_\_ (especifique)
- 17. HA TENIDO ALGUN INCIDENTE POR BEBER: (marque con una cruz)
  - ( ) Altercados ( ) Regaños
  - ( ) Riñas ( ) Lesiones
  - ( ) Choques ( ) Otros \_\_\_\_\_ (especifique)
- 18. SUS AMIGOS CONSUMEN ALCOHOL (marque con una cruz)
  - ( ) Todos ( ) Algunos ( ) ninguno ( ) No sabe
- 19. SUS HERMANOS CONSUMEN \_\_\_\_\_
- 20. SUS PADRES CONSUMEN \_\_\_\_\_ QUIEN \_\_\_\_\_
- 21. USTED ES ORIGINARIO DE \_\_\_\_\_ (población y estado)
- 22. TIEMPO QUE TIENE DE VIVIR EN EL D.F. \_\_\_\_\_

23. PRINCIPALMENTE VIVE CON: (marque con una cruz)

- ( ) solo ( ) con amigos
- ( ) con parientes lejanos ( ) con la familia
- ( ) otros \_\_\_\_\_  
(especifique)

--

24. SU FAMILIA ES ORIGINARIA DE \_\_\_\_\_  
(población y estado)

--	--

25. RADICAN SUS PADRES EN EL D.F. \_\_\_\_\_

--

26. TIEMPO QUE TIENEN SUS PADRES DE RADICAR EN EL D.F. \_\_\_\_\_

--	--

27. EDAD DE SUS PADRES: Padre \_\_\_\_\_ Madre \_\_\_\_\_

--	--

28. ESCOLARIDAD DE SUS PADRES:

Padre \_\_\_\_\_

--	--

Madre \_\_\_\_\_

--	--

29. ACTIVIDAD DE SUS PADRES:

Padre \_\_\_\_\_

--

Madre \_\_\_\_\_

--

Matrícula de la universidad \_\_\_\_\_

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Identificación del caso \_\_\_\_\_

--	--

SUGERENCIAS \_\_\_\_\_

---

---

---

DATOS GENERALES

1. SEXO \_\_\_\_\_ 2. EDAD \_\_\_\_\_ 3. TRIMESTRE \_\_\_\_\_  
4. DIVISION \_\_\_\_\_

DATOS LABORALES

5. TRABAJA ACTUALMENTE \_\_\_\_\_  
6. TIPO DE EMPRESA EN QUE TRABAJA \_\_\_\_\_  
pública/privada  
7. ESTA AGUSTO EN SU TRABAJO \_\_\_\_\_  
8. LE GUSTA EL TRABAJO QUE DESEMPEÑA \_\_\_\_\_  
9. TIENE POSIBILIDAD DE RELACIONARLO CON SU CARRERA \_\_\_\_\_  
10. ACTIVIDAD QUE DESARROLLA \_\_\_\_\_  
11. EN QUE GASTA EL DINERO QUE GANA \_\_\_\_\_  
12. EN QUE OCUPA SU TIEMPO LIBRE \_\_\_\_\_  
13. QUE LE GUSTARIA HACER EN SU TIEMPO LIBRE \_\_\_\_\_

DATOS DE CONSUMO

14. HA CONSUMIDO BEBIDAS ALCOHOLICAS ALGUNA VEZ \_\_\_\_\_  
15. EDAD EN QUE LAS CONSUMIO POR PRIMERA VEZ \_\_\_\_\_ POR QUE \_\_\_\_\_  
17. TIPO DE BEBIDA QUE TOMA COMUNMENTE \_\_\_\_\_  
18. CANTIDAD QUE ACOSTUMBRA TOMAR \_\_\_\_\_  
19. CUANDO CONSUMIO ALGUNA BEBIDA POR ULTIMA VEZ \_\_\_\_\_ Semana (s)  
20. EN DONDE \_\_\_\_\_ 21. POR QUE \_\_\_\_\_  
22. HA TENIDO ALGUN PROBLEMA POR BEBER: (marque con una cruz)  

<input type="checkbox"/> Familiares	<input type="checkbox"/> Escolares
<input type="checkbox"/> De salud	<input type="checkbox"/> Económicos
<input type="checkbox"/> Laborales	<input type="checkbox"/> Judiciales
<input type="checkbox"/> Otros _____	

(especifique)  
23. HA TENIDO ALGUN INCIDENTE POR BEBER: (marque con una cruz)  

<input type="checkbox"/> Altercados	<input type="checkbox"/> Regaños
<input type="checkbox"/> Rifas	<input type="checkbox"/> Lesiones
<input type="checkbox"/> Choques	<input type="checkbox"/> Otros _____

(especifique)  
24. SUS AMIGOS CONSUMEN ALCOHOL: (marque con una cruz)  
 Todos     Algunos     Ninguno     No sabe

25. SUS HERMANOS CONSUMEN \_\_\_\_\_  
 26. SUS PADRES CONSUMEN \_\_\_\_\_ 27. QUIEN \_\_\_\_\_

DATOS FAMILIARES

28. USTED ES ORIGINARIO DE \_\_\_\_\_  
 (Población y estado)
29. TIEMPO QUE TIENE DE VIVIR EN EL D.F. \_\_\_\_\_
30. PRINCIPALMENTE VIVE CON: (marque con una cruz) .  
 Solo ( ) Con amigos ( )  
 Con parientes lejanos. ( ) Con la Familia ( )  
 Otros \_\_\_\_\_  
 (especifique)
31. SU FAMILIA ES ORIGINARIA DE \_\_\_\_\_  
 (población y estado)
32. RADICAN SUS PADRES EN EL D.F. \_\_\_\_\_
33. TIEMPO QUE TIENEN SUS PADRES DE RADICAR EN EL D. F. \_\_\_\_\_
34. EDAD DE SUS PADRES: Padre \_\_\_\_\_ Madre \_\_\_\_\_
36. ESCOLARIDAD DE SUS PADRES:  
 Padre \_\_\_\_\_  
 Madre \_\_\_\_\_
38. ACTIVIDAD DE SUS PADRES:  
 Padre \_\_\_\_\_  
 Madre \_\_\_\_\_

DATOS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

40. ENUMERE LOS COMERCIALES DE BEBIDAS ALCOHOLICAS QUE RECUERDE. \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
41. CUANTOS DIAS VIO LA TELEVISION LA ULTIMA SEMANA \_\_\_\_\_
42. CUANTAS HORAS VIO LA TELEVISION LA ULTIMA SEMANA \_\_\_\_\_
43. GENERALMENTE VE LA TELEVISION EN: (Marque con una cruz)  
 Mañana ( ) Tarde ( ) Noche ( ) Madrugada
44. AL FINALIZAR LA UNIVERSIDAD QUE ESPERA \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_