

# Expectativas hacia el alcohol y su consumo en estudiantes de la Universidad Veracruzana

*Expectations to alcohol consumption and university students Veracruzana*

**María Esther Barradas Alarcón**

maeba107@gmail.com

**Javier López González**

jalopez@uv.mx

**Juana Pérez Vega**

juanaperez@uv.mx

**Ignacio Cubillas García**

igcugar@gmail.com

**Pedro Antonio Tapia Sosa**

pedrotapia95@hotmail.com

## Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo identificar las expectativas hacia el alcohol y su consumo en estudiantes de la generación 2013 de la carrera de Psicología de la Universidad Veracruzana, región Veracruz. **La orientación metodológica** es cuantitativa y el nivel de estudio descriptivo. **El instrumento utilizado** fue Cuestionario de expectativas hacia el alcohol (AEQ).

Se trabajó con una población de 93 estudiantes. **Resultados**, con una distribución del 100% para cada sexo, en las expectativas hacia el consumo de alcohol. Tenemos que del total de mujeres: n=51 (91 %) manifestó baja expectativas, n=5 (9 %) reflejo moderadas expectativas y finalmente 0% manifestó alta expectativa. En cuanto al total de los hombres n=34 (92 %) presento baja expectativas, n=1 (3 %) moderada expectativa y finalmente n=2 (5 %) altas expectativas.

## Abstract

This research aimed to identify the attitudes towards alcohol and its consumption in 2013 Generation Students Career Psychology of the Universidad Veracruzana, Veracruz region. The methodological approach is quantitative and descriptive study level. The instrument used was questionnaire attitudes towards alcohol (ECA).

We worked with a population of 93 students. Results, with a distribution of 100% for each sex, expectations towards alcohol consumption. We need of all women: n = 51 (91%) expressed low expectations, n = 5 (9%) reflecting moderate expectations and finally 0% expressed high expectation. In terms of total n = 34 men (92%) presented low expectations, n = 1 (3%) Moderate expectation and finally n = 2 (5%) high expectations.

**Palabras claves / key words:** Expectativas, Expectativas, consumo, alcohol / Expectations, Expectations, consumption, alcohol.

---

## Introducción

Una de las grandes preocupaciones en el mundo, es el alto índice y nivel de consumo de alcohol en los jóvenes, en muchos países incluyendo México el consumo de alcohol se ha convertido en un problema de salud pública. Puede observarse según los resultados de la Encuesta Nacional de Drogas, que el problema ha ido en aumento así se tiene que en la última encuesta realizada en 2008, muestra que el abuso/dependencia al alcohol incrementó del 4.1% en el 2002 a 5.5% para el 2008. Por sexo, ambos tuvieron incrementos importantes (8.3% a 9.7% en hombres y de 0.4% a 1.7% en mujeres). Villatoro Gutiérrez, Quiroz, Juárez y Medina Mora, 2007, (2009; 2011) realizó unas encuestas en estuantes en el 2006 y 2009 encontrando nuevamente que las cifras han ido en aumento, la prevalencia fue de 68.8% (hombres 68.2% y mujeres 69.4%); para 2009 esta cifra incrementó a 71.4%, siendo el mismo porcentaje para ambos sexos. De aquí la importancia de realizar investigaciones sobre esta tematica. Este estudio tiene como objetivo identificar las expectativas hacia el alcohol y su

consumo en estudiantes de la generación 2013 de la carrera de Psicología de la Universidad Veracruzana, región Veracruz.

Las expectativas como lo señala Barradas (2010) “son vivencias grabadas en el interior, son necesidades, paradigmas y emociones que otorgan esa voluntad y esas directrices personales de proximidad y distanciamiento o evitación en este caso ante el consumo o no de alcohol.” Por su parte Goldman MS, Brown SA, Christiansen BA. (1987), las definen Como “la anticipación de una relación sistemática entre eventos u objetos en una situación futura”, es decir, si ciertos eventos son registrados en consecuencia, ciertos eventos son esperados. Las expectativas pueden ser inferidas por tener un estatus causal en las que las propias acciones de un individuo producen una cierta consecuencia. Es decir, son esas creencias personales sobre los efectos que se espera al consumir alcohol.

.Las expectativas se fundamentan en la teoría de las motivaciones, misma que nos explica, que son las motivaciones, las que le da sentido al comportamiento humano.

Ningún comportamiento humano se produce fuera de un entorno social. Los paradigmas y percepciones sobre el entorno motivan el comportamiento humano en el mismo. Todo comportamiento humano se dirige hacia satisfacer alguna necesidad física, psíquica o social, pues de no ser así no puede permanecer.

Quigley, Corbett y Tedeshi, (2002) mencionan que las expectativas son complejas redes de paradigmas que inician y se desarrollan desde muy temprana edad abarcando diferentes etapas del desarrollo humano a partir de vivencias de aprendizaje vicario y de la exposición a ciertas aseveraciones que se almacenan como registros de memoria de largo plazo y determinan la actitud. Christiansen BA, **Smith GT, Roehling P, Goldman** (1989) señalan que las expectativas influyen en el inicio y mantenimiento del consumo de alcohol durante la adolescencia y se relaciona con los patrones diferenciales de consumo no sólo en este periodo sino en adultos con diferentes características poblacionales.( García-Andrade C, Wall TL, Ehlers L. 1996).

Es frecuente que el consumo de alcohol se incremente en los estudiantes al iniciar sus estudios en educación superior (JM, Mora J, Ferguson LR.1989).

Según señala Brown S.A. (1985) las expectativas en los estudiantes de universidad son las mejores predictores para el incremento en el consumo de alcohol comparadas con las variables demográficas que son conocidas por tener un poder predictivo sustancial. Algo interesante que se da en adolescentes y jóvenes es que ven muy lejano en ellos el que el alcohol les afecte, admiten que causa problemas pero solo en otras personas no en ellos.

Es necesario señalar que existen otros factores que favorecen el establecimiento de expectativas positivas hacia el consumo de alcohol así lo señala Aberasturi y Knobel, (1985), como son: la problemática de la farmacologización de la vida cotidiana sustentada en patrones culturales de solución de conflictos: la inmediatez de la satisfacción; la no tolerancia a los indicadores de malestar; el compromiso personal a los exigentes del consumo; la vigencia del “todo, ahora”. Un sistema social y económico que dan origen a una manera de beber vinculada a las reglas implantadas por un agregado social, que norma el aprovechamiento farmacológico del alcohol como una conducta esperable frente a determinadas condiciones del ambiente. Si a esto le sumamos que desde una perspectiva psicoanalítica podemos especificar al período de la adolescencia como aquél que atraviesa por un proceso de elaboración del duelo del mundo infantil.

### **Descripción del Método.**

**Tipo de investigación.** El estudio es de tipo descriptivo su propósito es determinar la incidencia del consumo de Alcohol, en alumnos de la carrera Psicología de la Universidad Veracruzana.

**Método.** Se realizó a través de una metodología cuantitativa; que según Hernández (2014) la define como el método que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación, confiando en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

**Definición de la variable.-** Expectativas hacia el consumo de alcohol.

**Definición conceptual.-** Las expectativas se definen como los paradigmas personales que se tienen sobre los resultados esperados al consumir alcohol, se les pueden considerar un predictor teórico significativo pues da oportunidad de relacionar las vivencias tempranas con el consumo de alcohol con las decisiones que se tomaran con respecto a consumirlo nuevamente, a través de ellas se pueden

conocer indicadores sociales y cognitivos relacionados con el consumo desmedido. Goldman MS, Brown citado por Mora Rios, Natera 2001

Consumo: (del latín: cosumere que significa gastar o destruir) el hecho de destruir, utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos. Alcohol: Líquido incoloro e inflamable que se obtiene mediante la destilación del vino y otras sustancias fermentadas.

**Instrumento.-** Se utilizó el “Cuestionario de expectativas hacia el alcohol (AEQ) adaptado en población universitaria de la ciudad de México.” ((Mora-Ríos y Natera, 2000), este instrumento mide las creencias positivas del consumo de alcohol y sus efectos en la conducta social y emocional e identifica ocho subescalas de las expectativas: a) el alcohol facilita la interacción grupal; b) favorece la expresividad verbal; c) desinhibe la conducta; d) incrementa la sexualidad; e) reduce la tensión física; f) reduce la tensión psicológica, g) incrementa la agresión y los sentimientos de poder, y h) propicia los cambios psicofisiológicos. Estas dimensiones indagan los efectos positivos que se espera obtener bajo el efecto de cantidades moderadas de alcohol, por ejemplo: “unas cuantas copas” o “un par de copas” y es respondido con base en un formato dicotómico (cierto-falso) en función de las creencias personales, sentimientos y experiencias del respondiente en relación con el alcohol. La escala obtuvo una consistencia interna global muy alta (alphade Cronbach=0.93).

**Objetivo de Investigación.-** Identificar las expectativas hacia el consumo de alcohol en estudiantes de la facultad de Psicología de la Universidad Veracruzana.

**Población.-** Los estudiantes de psicología de la Universidad Veracruzana Región Veracruz de la generación 2013. Siendo un total de N=93.

### Análisis de los Resultados

Figura 1

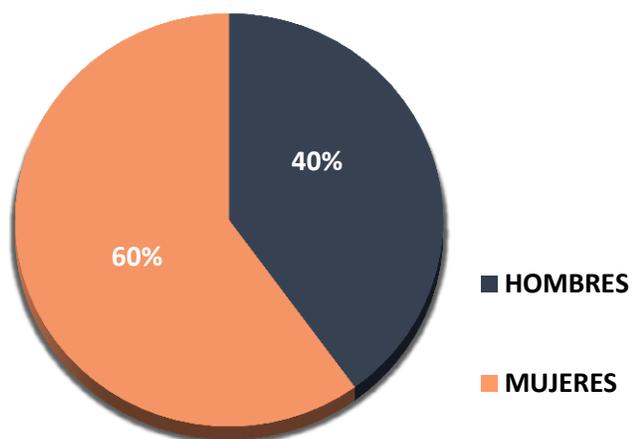
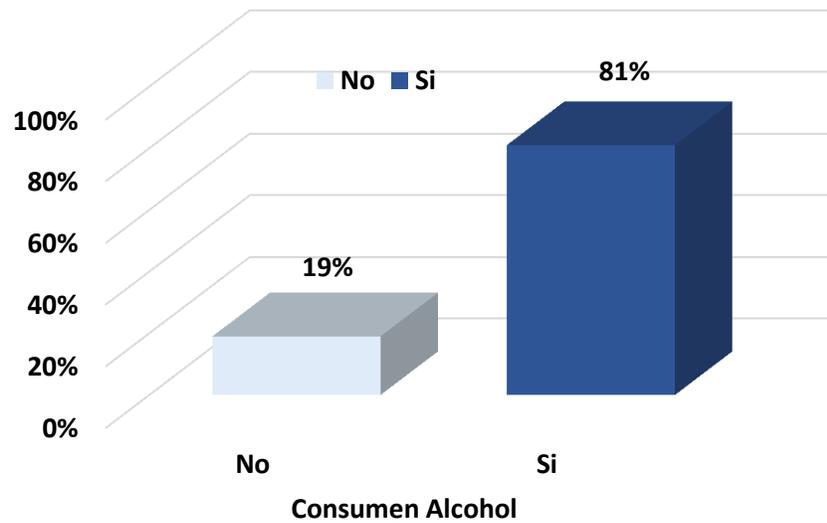


Fig. 1 Total estudiantes de la carrera de Psicología de la Universidad Veracruzana Región Veracruz de la generación 2013

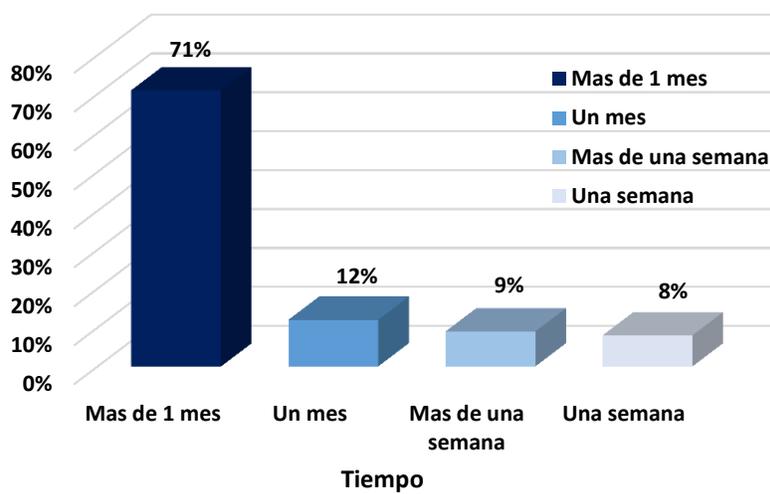
N=93.

**Figura 2**



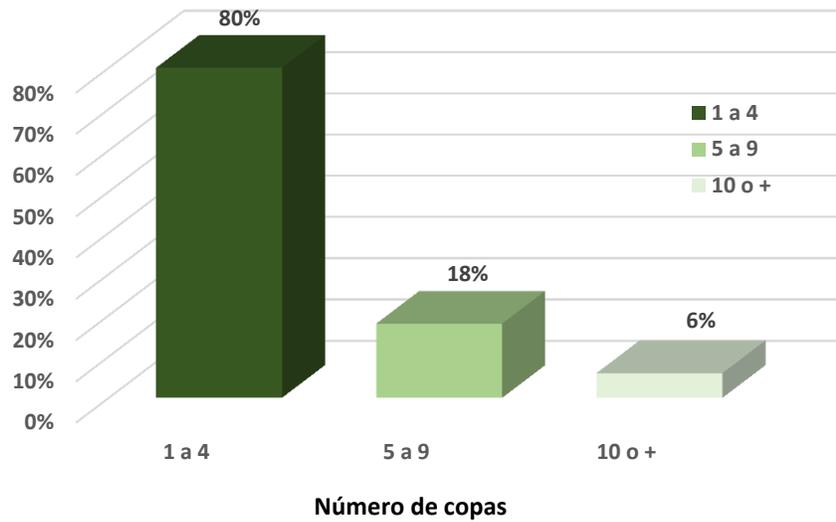
**Fig. 2 Estudiantes de Psicología que Consumen Alcohol**

**Figura 3**



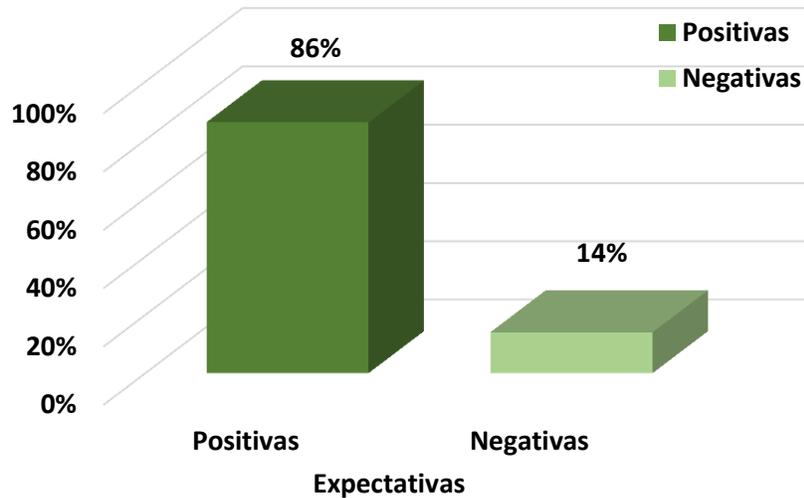
**Fig. 3 Tiempo del último episodio del consumo de alcohol en estudiantes de psicología**

**Figura 4**



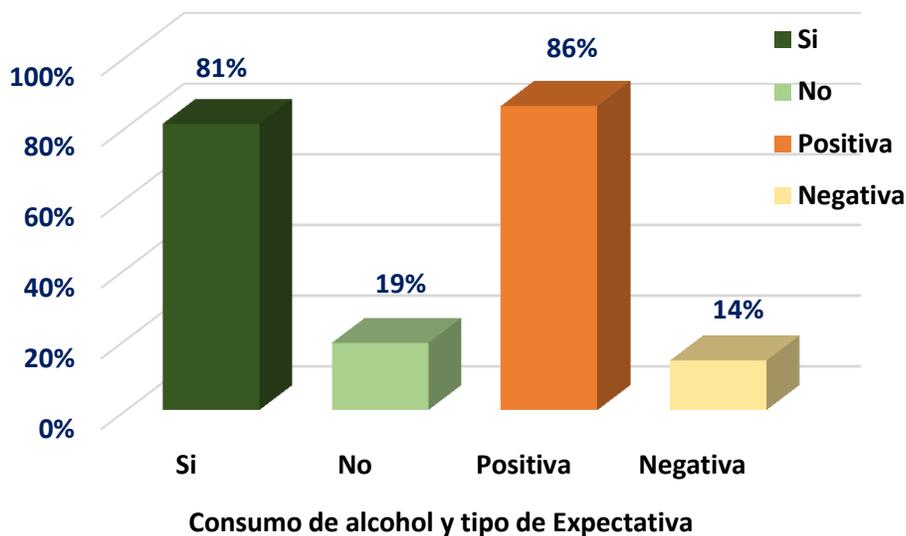
**Fig. 4 Cantidad de copas consumidas en la última ocasión en estudiantes de Psicología de la Universidad Veracruzana**

**Figura 5**



**Fig. 5 Tipo de Expectativa hacia el consumo de alcohol en estudiantes de la Facultad de Psicología Región Veracruz.**

**Figura 6**



**Fig. 6 Consumo de Alcohol y Tipo de Expectativa hacia el consumo de alcohol en estudiantes de la Facultad de Psicología Región Veracruz.**

**Tabla I**

**Expectativas sobre los efectos positivos que se obtienen al consumir alcohol en la conducta social y emocional teniendo en cuenta ocho dimensiones**

Dimensión	Frecuencia	%
1.- Facilitador de la interacción social	73	78
2.- Expresividad Verbal	80	86
3.- Desinhibición	86	92
4.- Aumento de la excitación y facilitación sexual	86	92
5.- Reducción de la tensión psicológica	85	91
6.- Reducción de la tensión Física	73	78
7.- Agresividad y sentimientos de poder	89	96
8.- Cambios psicofisiológicos	71	76
Expectativas positivas en general Hacia el consumo de alcohol	80	86

## CONCLUSIÓN

Se estudió la población total generación 2013: N=93 estudiantes de la carrera de Psicología región Veracruz, de la Universidad Veracruzana, n=37 (40%) hombres y n=56 (60%) mujeres, la población cae en un rango de edad en los 19 y 20 años, siguiendo en porcentaje inferior el rango 18 y 34, 21 a 27 años de edad, Ver. Fig. 1

Del total de la población total N=93 estudiantes el 81% se consideran consumidores y el 19% no consumidores de alcohol. Ver fig. 2

Los resultados reflejan también que un 29% de los alumnos consumidores de alcohol tuvieron su último episodio de consumo hace un mes o antes de la aplicación de la prueba, aunque la mayoría de los alumnos, un 71% mencionaron haber consumido alcohol a más de un mes de la aplicación de la encuesta. Vérfigura 3.

Sobre el comportamiento de las personas que consumen alcohol, se pudo observar que en su último episodio de consumo de alcohol se ingieren en promedio 2.4 copas. Casi un 80% del total consumió entre 1 y 4 copas en su última ocasión, un 16% consumió entre 5 y 9 copas, y un 4% consumió 10 o más copas en su último episodio de consumo de alcohol. Ver figura 4.

Los resultados obtenidos en cuanto a las expectativas positivas asociada al consumo se obtuvo fue un 86% mientras que el 14% tienen expectativas negativas. Ver figura 6.

Asociando el porcentaje de consumo con las expectativas encontramos que están casi a la par los consumidores de alcohol 81% con las expectativas positivas hacia ese consumo 86%, en tanto los porcentajes de los no consumidores 19% es similar a las expectativas negativas 14%. Resultados parecidos fueron encontrados por Barradas, Balderrama, Trujillo y Luna (2010)

Considerando las diferentes dimensiones que conforman las expectativas en el instrumento aplicado y con una ponderación del 100% para el total de estudiantes que tienen expectativas positivas hacia el consumo de alcohol se tiene que en la **dimensión uno el alcohol como *facilitador de la interacción social*** se encontró un 78% con expectativas positivas en esta dimensión, lo que significa que si consumes alcohol hay más amistad y afecto en un grupo de personas o compañeros y que esto ayuda a relajarse en situaciones sociales. **En cuanto a la dimensión dos *Expresividad Verbal*** se obtuvo que

86% consideran que es positivo que el alcohol facilita la *Expresividad Verbal*, Esta dimensión incluye afirmaciones que describen el aumento de la capacidad de expresarse abiertamente como efecto de la ingesta de alcohol (*si siento miedo el alcohol disminuye mis temores, puedo alegar o discutir con más fuerza después de uno o dos tragos*). Mientras que en la **Dimensión tres desinhibición** se encontró que 92% consideran que es positivo consumir alcohol pues facilita la *Expresividad Verbal*. Esto se refiere a la pérdida de la inhibición debida como consecuencia del consumo (*después de unos tragos no me preocupa lo que otros piensen, me siento una persona más generosa o cariñosa después de haber tomado unos tragos*). En la **dimensión cuatro** se refiere **al efecto de aumento de la excitación y facilitación sexual** que tiene el alcohol (*el alcohol hace a las mujeres más sensuales, soy mejor amante después de tomarme unos tragos*), y se encontró 92% consideran que es positivo consumir alcohol pues facilita el *incremento de la sexualidad*. La **dimensión cinco reducción de la tensión psicológica**, se encontró que el 91% consideran que al consumir alcohol hay un efecto de disminución de las preocupaciones o la tensión emocional (*El beber solo o acompañado me hace sentir calmado y sereno, el tener una bebida en la mano me hace sentir más seguro en una situación*). La **Dimensión seis reducción de la tensión física se obtuvo** el 78% consideran que es positivo que el alcohol facilita la *reducción de la tensión física* en esta dimensión se presentan ítems centradas en la *disminución de tensión física que experimenta el bebedor* (*el alcohol disminuye la tensión muscular, el alcohol puede servir como anestesia para aliviar el dolor*). En la **Dimensión siete agresividad y sentimientos de poder** se encontró que el 96% consideran que es positivo consumir alcohol pues hay un incremento de la sensación de poder y al aumento de conductas agresivas (*después de unos tragos me siento más autosuficiente, después de unos tragos me siento valiente y capaz de pelear*). Y finalmente, en la **Dimensión ocho cambios psicofisiológicos** se obtuvo un 76% consideran que es positivo consumir alcohol ya que facilita los cambios psicofisiológico, en esta dimensión se presentan afirmaciones que describen algunos cambios orgánicos producidos por el efecto de la sustancia (*el beber me hace sentir acalorado, el beber me hace sentir sonrojado y acalorado*). Y finalmente de manera global encontramos que 86% presentaron expectativas o creencia sobre los efectos positivos de consumir alcohol en la conducta social y emocional. Ver tabla I

*Recomendaciones;* Contemplar en la curricula de manera obligatoria alguna actividad recreativa, deportiva, o artística, así como diseñar materias con carácter de obligatorias que contemplen un

crecimiento personal, establecer permanentemente campañas contra las adicciones, que otorgue conocimientos y desarrolle actitudes en contra del consumo de cualquier sustancia adictiva.

Mantener de manera permanente campañas que promuevan la salud mental, física y el desarrollo de habilidades sociales en los estudiantes.

Hacer partícipe a toda la comunidad académica de la Facultad de Psicología de la Universidad Veracruzana sobre la prevención de las adicciones, fomentando redes de apoyo y trabajando en vinculación con otras instituciones.

Establecer líneas de generación del conocimiento y redes temáticas con otros cuerpos académicos que permanentemente estén investigando sobre las causas, consecuencias y alternativas de prevención y tratamiento.

## Bibliografía

- Aberasturi, A. y M. Knobel (1985). La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico. Buenos Aires, Paidós
- Barradas y Domínguez (2006). Alcoholismo y sentido de vida en estudiantes. Impulso Tecnológico, 37, pp. 12-21.
- Barradas A. Alcoholismo y sentido de vida en estudiantes. Impulso Tecnológico, 37, (2008), pp. 12-21.
- Barradas (2009). Barradas A. (2009) Alcohol y Tabaco en Estudiantes de Nivel Superior, (en línea) Volumen VI primera parte: Congreso.AcademiaJournal.com. obtenido el 15 de abril 2012 desde <http://congreso.academiajournals.com/downloads/Vol%20VI%20Salud%20A.pdf>
- Brown SA, Goldman M, Christiansen BA. (1985) Do alcohol expectancies mediate drinking patterns of adults? J Consult Clin Psychol pag. 53:512-519.
- Brown SA. (1985) Expectancies versus background in the prediction of college drinking patterns J. Consul Clin Psychol pag. 53: 123-130

- Brown S, Christiansen BA, Goldman M. (1987) The alcohol expectancy questionnaire: An instrument for the assessment of adult alcohol expectancies .J Stud Alcohol pag. 48(5):483-490.
- Brown SA, Goldman MS, Inn A, Anderson LR. (1980) Expectations of reinforcement from alcohol their domain and relation to drinking patterns. J Consult Clon Psychol 1980;48:419-426.
- Goldman MS, Brown SA, Christiansen BA.( 1987) Expectancy theory: Thinking about drinking. En: Blane HT, Leonard KE, ed. Psychological theories of drinking and alcoholism Nueva York: Guilford Press, (Pag.181-226).
- Christiansen BA, Smith GT, Roehling P, Goldman M.(1989) Using alcohol expectancies to predict adolescent drinking behavior after one year. J Consult Clin Psychol pag.57:93-99.
- García-Andrade C, Wall TL, Ehlers L. (1996) Alcohol expectancies in a native American population. Alcohol: Clin Exp Res pags.20(8):1438-1442.
- Gilbert JM, Mora J, Ferguson LR. (1994) Alcohol related expectations among Mexican-american women. Int J Addict pag. 29(9):1127-1147.
- Castro ME, Maya MA. (1087) El consumo de alcohol en la población estudiantil. Salud Mental pag. 10(4):52-58.