

# FACTORES PSICOSOCIALES RELACIONADOS CON EL CONSUMO DE ALCOHOL DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN ESPACIOS PÚBLICOS<sup>1</sup>

PSYCHOSOCIAL FACTORS ASSOCIATED WITH ALCOHOL CONSUMPTION OF COLLEGE STUDENTS IN PUBLIC SPACES

Roa C. \*

Correa, J.; Díaz, J. y Gamba, L. \*\*

Universidad Piloto de Colombia



## **Palabras claves:**

Consumo, alcohol, factores psicosociales, espacio público

## **Keywords:**

Consumption, alcohol, psychosocial factors, public space.

Recibido: 30/11/ 2011

Aprobado: 24 y 25/01/2012

## RESUMEN

El consumo de alcohol se ha convertido en una problemática, debido al riesgo que le genera a la población juvenil, y al incremento que se ha evidenciado en la comunidad universitaria. El objetivo principal de esta investigación es describir los factores psicosociales relacionados con el consumo de alcohol de estudiantes universitarios en el espacio público de la zona de Chapinero. Para ello, se utilizó una versión modificada del instrumento diseñado por Annis, G. & Davis (1998), Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (ISCA), el cual mide ocho factores vinculados con el consumo de alcohol. Se pudo concluir que los jóvenes universitarios ven dicha ingesta en espacios públicos como una situación agradable en donde pueden relacionarse de una mejor forma.

---

1. Proyecto de investigación formativa llevado a cabo en el Programa de Psicología de la Universidad Piloto de Colombia. Grupo de Investigación en desarrollo humano PENTALFA.

\* Asesora del proyecto de investigación: Claudia Patricia Roa. Correo electrónico: claudia-roa@unipiloto.edu.co

\*\* Participan como investigadores principales los estudiantes de Psicología de la Universidad Piloto de Colombia: Jessica Correa, Juliana Díaz y Lizeth Gamba.

## ABSTRACT

Alcohol consumption has become a problem due to the risk that generated the youthful population, and the increase has been evident in the university community. The main objective of this research is to describe the psychosocial factors related to alcohol consumption of college students in the public space area Chapinero. To do this, we used a modified version of the instrument designed by Annis, G. & Davis (1998), Systematic Interview of Alcohol Consumption (ISCA), which measures eight factors associated with alcohol consumption. We concluded that university students are eating in public spaces such as a nice situation where they can interact in a better way.

## Introducción

A través de la historia el consumo de alcohol ha sido socialmente aceptado (Cicua, Méndez & Muñoz, 2008). El inicio de la adolescencia comienza de los 10 años hasta los 25 años, etapa en la cual empieza el consumo de alcohol. Este es un periodo de transición de la niñez a la vida adulta donde se generan cambios en el desarrollo psicológico, biológico, sexual y social; tiene características como la búsqueda de identidad, rebeldía ante las normas que se le imponen y búsqueda de un grupo social (Calafat, Moyá, & Jerez, 2011).

Durante la vida del adolescente, el modelo familiar, la interacción con un grupo y su contexto social, va aprendiendo cómo comportarse, cómo interactuar y que hay ciertas normas dentro el contexto en el que se desenvuelve. Sin embargo, cabe resaltar que la adolescencia, como ya se ha mencionado, es un acontecimiento del ciclo vital donde se generan diversos cambios, búsqueda de identidad y necesidad de experimentación. Debido a esto, señala Rice (1997) que el adolescente aprende las reglas mas no las aplica en su vida durante esta época (Rice, 1997).

En el campo universitario, los jóvenes tienden a consumir alcohol en la vía pública, la mayoría de ellos salen en masa durante las noches de los viernes y sábados, en esas horas cada individuo experimenta un proceso vital de socialización, relacionándose con su grupo habitual de amigos y, posiblemente con un nuevo grupo social. El problema empieza a surgir cuando se reduce el mantenimiento de esas interacciones sociales al ámbito privado, delegando la tutela de su desarrollo a los empresarios que lo gestionan e imponen su único criterio, acaparando el control del espacio donde se debe permitir el consumo para así poder producir sus beneficios. Una de las consecuencias de este monopolio es el aumento poco moderado del precio del producto consumido, en este caso el alcohol; que en la mayoría de los casos es mucho más elevado al que puede acceder esta juventud (Delgado, 2006).

Debido a esto, los diferentes factores que inciden para consumir alcohol en espacio público recaen en la posibilidad de conocer más amigos, el producto tiende a ser más económico, las promociones son más asequibles, y en algunos casos por tradición sociocultural. Pero no son sólo estos factores externos los que mantienen esta conducta, están los factores individuales expuestos en el Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (ISCA) donde se evalúan las diferentes dimensiones. El autocontrol, emociones agradables y desagradables, etc. (Cicua, 2008).

Para identificar las situaciones de riesgo Marlatt y Gordon clasificaron trescientos once episodios de recaída. Esta muestra fue tomada en pacientes alcohólicos, heroínómanos, ludópatas y mujeres obesas. La clasificación se denominó en dos categorías, que se agrupan en situaciones intrapersonales y situaciones interpersonales. En estas situaciones intrapersonales son aquellos estímulos internos, es decir, fisiológicos, emocionales o cognitivos como impulsos que incitan al consumo, como los estados fisiológicos desagradables, estados emocionales negativos, estados emocionales positivos. En las situaciones interpersonales son ambientes externos los que disparan los deseos de consumir: ya sea por conflictos familiares, sociales o laborales, presión social y los estados de ánimo positivos en compañía de otros (Becoña Iglesias, Rodríguez López & Salazar Bernard, 1999).

Para Marlatt (1985) la situación de alto riesgo como cualquier situación, incluyendo las reacciones emocionales a la situación, representa una amenaza para la sensación de control del individuo y aumenta el riesgo de recaída. Desde el presupuesto de que la conducta pasada es el mejor predictor de la conducta futura, se puede esperar que las situaciones externas o internas que han precipitado una recaída en el pasado, provoquen tentaciones de consumo en el futuro. Algunos de los factores que se van a tener en cuenta en esta



investigación son algunos propuestos por Marlatt utilizados en el Inventario Situacional de Consumo de Alcohol, el cual se divide en dos categorías generales: determinantes intrapersonales e interpersonales (Villa, 1997). Divididas en dos categorías, la primera de éstas son situaciones personales, las cuales el beber involucra una respuesta a un evento de naturaleza psicológica o física, ésta se subdivide en cinco categorías: emociones desagradables, malestar físico, emociones agradables probando autocontrol y necesidad o urgencia por consumir. Y la segunda de éstas son las situaciones que involucran a terceras personas, conflicto con otros, presión social y momentos agradables (Annis, 1982).

Cada uno de estos factores mencionados anteriormente tiene una razón de ser con respecto a la recaída y al consumo de alcohol, visto desde situaciones frecuentes en la vida de los seres humanos. Para Marlatt la recaída y el proceso de asimilación del consumo se deben como una serie de circunstancias en donde un adicto o una persona que consume alcohol, se ve asediada por factores interpersonales e intrapersonales provocando un consumo excesivo, a causa de esto los adictos lo ven como un rescate o una salida para aliviar asperezas. Por ello, se plantearon una serie de categorías, en donde Marlatt las describe de

la siguiente forma: Emociones negativas. Este factor se refiere a las recaídas que suceden cuando el individuo tiene trastornos emocionales como sentimientos de ira, tristeza, ansiedad, aburrimiento, depresión, culpa y temor por algún evento próximo. En algunos casos estos sentimientos son provocados por una sucesión de eventos, por ejemplo: un alcohólico empieza a consumir por algún suceso o motivo externo o interno, el cual le provoca un malestar emocional, tomando esto como excusa para ingerir alcohol (Gordon & Gordon, 1985)

Otros motivos de trastornos suelen ser provocados por relaciones con otros en el pasado o en el presente, como el caso de una persona que vive sola y se siente triste y solitaria, trata de hacer frente a la situación, pero retornando al consumo de alcohol y de drogas. El alcohol es frecuentemente consumido por alcohólicos cuando experimentan situaciones de impotencia en sus vidas, algunos estudios sugieren que los hombres que tienen experiencias de ingesta de alcohol, generan un incremento en sus fantasías personales como el sentirse más fuertes y poderosos ante la presencia de otras personas (Gordon & Gordon, 1985).

A su vez, otro factores postulados por Marlatt, es el malestar físico: En ésta categoría incluye la evaluación del rol sobre la retirada física o el deseo de una sustancia para aliviar los síntomas asociados con la angustia. Una de las subcategorías de ésta incluye, específicamente, la clasificación de episodios de recaída asociados con los primeros síntomas físicos, como lo son el dolor, lesión, fatiga, dolor de cabeza, entre otros. En algunos casos, se utilizan los programas de tratamiento en los cuales las personas que consumen alcohol constantemente pueden llegar a durar un periodo de abstinencia desde el momento en el que ingresan, hasta un mes después, aproximadamente, dependiendo del nivel de adicción que tengan. (Gordon & Gordon, 1985).

El siguiente es emociones agradables. Algunas recaídas ocurren cuando el individuo se siente a gusto en un lugar o cuando sucede lo contrario. El uso de sustancias o actividades para mejorar el estado emocional cuenta con unas pocas recaídas tal y como lo evidencia

“el estudio hecho por Marlatt en el cual se llega a la conclusión que solo el 10% de las personas que son adictas a la heroína, 6% de los fumadores, 3% de personas con problemas de sobrepeso y 0% de los alcohólicos recayeron en su consumo mientras se encontraban en situaciones agradables. (1985, p. 84).

Frecuentemente, las recaídas en esta categoría ocurren cuando se encuentran con eventos especiales como los cumpleaños, buena suerte o fiestas o en viajes fuera de sus casas. Esas recaídas







se presentan en celebraciones como en Navidad, día de acción de gracias, cumpleaños, etc. Puesto que es difícil resistir la presión o fuerza de las personas que se encuentran presentes en la zona de reunión, acompañadas de un estado de ánimo optimista en tales momentos de festividad (Gordon & Gordon, 1985).

Un ejemplo que pone el autor Marlatt (p. 84) sobre las personas que tienen problemas con el alcohol que son miembros de Alcohólicos Anónimos es que hacen referencia a su estado inicial de felicidad como un estado de nube rosa en el cual los ex tomadores empiezan a sentir que él o ella han terminado su batalla victoriosamente y pueden comenzar a bajar la guardia (Gordon & Gordon, 1985).

A menudo esta reacción positiva es acompañada por sentimientos de rechazo hacia los comportamientos del pasado acoplado con un sentimiento de ser capaz de “lo tomas o lo dejas”, el cual es un falso sentimiento de confianza que puede precipitarse en una recaída. El impulso de disfrutar puede ser reforzado por un sentimiento de autocomplacencia como: “lo he hecho bien y me he sentido bien por tanto tiempo”. Con demasiada frecuencia la recompensa resulta en la recaída en el mismo comportamiento de una figura de control en el primer lugar (Gordon & Gordon, 1985).

El siguiente factor es probando autocontrol. En esta categoría aparecen, más a menudo, comportamientos que son asociados con una filosofía de pérdida de control, la cual no se puede realizar en el acto ni una sola vez sin perder el control. Tradicionalmente, en el campo del alcoholismo se hace énfasis en las reacciones de pérdidas de control: “Una bebida y luego estoy borracho”, “un alcohólico nunca se puede curar porque él o ella nunca pueden tomar sin perder el control”, esas afirmaciones anteriores confirman la noción. En los círculos tradicionales, se presume la pérdida de control como provocación por la presencia física del alcohol en la sangre (Gordon & Gordon, 1985).

El énfasis de las consecuencias inevitables de perder el control después del primer episodio de tomar parece plantear un tipo de reto para algunos individuos como si su fuerza de voluntad estuviese puesta a prueba. “Yo jugaba para ver si podía empezar y parar cuando yo lo deseaba”, a menudo el uso precipitado y la falta de control por tales pensamientos termina en una recaída total (Gordon & Gordon, 1985).

Otro de los factores es la necesidad física. Puesto que algunas veces la recaída es precipitada por una experiencia de un repentino impulso o tentación que parece dominar a la persona. Esta categoría es asignada únicamente cuando otras situaciones o factores interpersonales se han descartado. Es posible que algunos individuos puedan olvidar las circunstancias que preceden la necesidad, o esos factores de estilos de vida que tienen predispuesta a la persona de hacerla más vulnerable a los impulsos de este tipo. El autor hace una clasificación de este factor en dos subcategorías, las cuales son: Cuando un impulso es experimentado en presencia de señales de una sustancia, por ejemplo, un alcohólico que de repente bebe de una botella que había estado oculta durante un estado de intoxicación previo. Si una persona está sola en un momento, la tentación de tomar puede ejercer un poder de influencia que lo puede llevar a recaer (Gordon & Gordon, 1985).

La segunda subcategoría incluye los impulsos que ocurren en la ausencia de señales de sustancias. Esta subcategoría fue incluida originalmente para aprovechar las recaídas que parecían el resultado de un intenso deseo subjetivo por una sustancia, aunque esta categoría se usa en raras instancias. Es claro que muchos de los impulsos no surgen de la nada o como respuesta de un estímulo condicional asociado con la retirada anterior sino como una necesidad de respuesta a una situación estresante específica como un estado de excitación o tensión que viene a ser etiquetado como un impulso o estado de anhelo.

Otro de estos son los conflictos con otros. Se presenta en la mayor parte de las recaídas, puesto que el 16% de la población recaer por lo ocurrido con los otros, puesto que estas situaciones de



frustración e ira hace que el individuo use otros estados emocionales tal como el miedo o la ansiedad. Hay varias formas de argumentar esta situación, puesto que la experiencia con otros y la experiencia de ser ex bebedor, e incluso las peleas con otros provocan que los consumidores recaigan en el alcohol por sus conflictos. Esto sucede cuando el bebedor intenta argumentar la situación que está pasando con otros con el consumo de alcohol, otro de los eventos que anteceden al consumo son las posibles críticas de otros, puesto que los tratos tan duros por otros y por el sentimiento de frustración, precedido de una carga de estrés por sus relaciones interpersonales, conllevan al consumo de alcohol (Gordon & Gordon, 1985).

Otro de los factores que inciden en el consumo es la presión social. Estas situaciones están directamente relacionadas con la presión de otros, tanto verbal como el acceso directo a la droga, pero estas circunstancias se deben preceder por otras personas involucradas en el consumo de alcohol. La presión social puede ser indirecta o directa y afecta de una forma implacable el tratamiento de una persona, ya que por estos factores externos el individuo se rehúsa, involuntariamente, a dejar de consumir, además de esto, la influencia de observar el consumo, afecta el progreso de esta persona (Gordon & Gordon, 1985).

El último de los factores es momentos agradables con otros, el cual se refiere al uso de sustancias con otras personas. Inicialmente, incrementa los sentimientos de placer y celebración, excitación sexual, libertad y un gusto. Se diferencian de situaciones en las cuales las otras personas usan sustancias antes del primer uso individual (Gordon & Gordon, 1985).

Como se ha descrito anteriormente, el eje fundamental de esta investigación es el espacio como escenario de consumo de alcohol desde una normatividad en la que se desenvuelve la vida, el cuidado y la permanencia del entorno, para la mejora de la calidad de vida de la población. Como definición del espacio se describe como todos los bienes de la unión, aquellos cuyo dominio corresponde a la república. Además, su uso pertenece a todos los habitantes de un territorio como las calles, plazas, puentes y caminos y se llaman bienes de la unión de uso público o bienes públicos del territorio. Según esto, como lo describe el Código Civil Colombiano, “los bienes como uso público son aquellos cuyo uso pertenece a todos los habitantes de un territorio, es decir, aquellos cuya utilización está abierta al público” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011).

De acuerdo con el ensayo elaborado por Alberto Saldarriaga Roa (2006), donde relaciona el espacio público como un escenario de calidad y vida es un asentamiento humano donde se encuentran diversos modos de distinguir unos ámbitos de uso común y otros de uso reservado o privado.

Esta pauta posee una dimensión casi universal, se particulariza en la cantidad y calidad del espacio público de cada asentamiento en relación con el tamaño de la población y con sus códigos culturales. El estudio de la historia permite apreciar la evolución de ese sentido de lo público en diversos contextos culturales, desde las nociones más sencillas que se encuentran en los asentamientos primarios hasta las complejas estructuras de las grandes ciudades contemporáneas. Desde una visión más histórica la tradición cultural implantada en Colombia por España se impuso en todo el territorio colonizado, se prolongó con algunas variaciones en las tradiciones urbanizadoras. Las formas modernas de urbanización, basadas, por una parte, en principios funcionales y, por otra, en principios cambiantes de la especulación inmobiliaria, han trabajado el espacio público como aquel residuo que queda después de delimitar el espacio rentable de uso privado, de esta forma se delimita el territorio, esto conduciendo de forma acelerada hacia una degradación no sólo del espacio físico sino de la valoración y respeto por el sentido mismo de lo público (Roa, 2006).

La caracterización de un bien público, se debe a la de pertenecer a una persona pública y que esté destinada a la colectividad, descrito por el Código Civil Colombiano en el cual se afirma que los bienes pueden ser naturales o artificiales según sea el espacio creado por el hombre o por la naturaleza, por ejemplo: los ríos, aguas marinas, y los construidos por el hombre como son los puentes, carreteras y calles. Pero esto no significa que siempre se puede utilizar este espacio como bienes públicos, ya que no todos le pertenecen a una persona pública (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011).

Por ello, el consumo de alcohol en algunos establecimientos es legal, pero en otros marcos y contextos, atenta contra el dueño de la propiedad y el patrimonio del mismo por parte del agente consumidor de alcohol, sin embargo, esta clasificación es relativa, ya que existen bienes de uso público que afectan al uso público.

De entrada, el espacio público podría ser una forma de referirnos a los espacios en colectivo, esto con base en un fenómeno que se vuelve y se es parte de un motor de conflicto, debido a las dimensiones sociales, es decir, los espacios conllevan a un lugar de ocio en donde los jóvenes y su grupo interaccionan, ya sea por juego, diálogo, o por el consumo de una bebida o droga; en donde se utiliza un espacio para el consumo en la vía pública mientras se mantiene una relación con sus núcleos sociales o urbanos, (Delgado, 2006).

El espacio público está entendido como sustento jurídico político de la expresión autónoma, de la creatividad individual, para la socialización, la crítica, la decantación y depuración colectiva de los planteamientos, de los criterios, de los imaginarios y, también, como entidad física, como



continente y determinante de la calidad de lo que se dice, de lo que se piensa, de lo que se juega y de lo que se diverge. Espacio público, entonces, como motivador de la existencia individual y colectiva, y del ejercicio, uso y disfrute de la ciudadanía. Este en lo esencial es el ámbito de la expresión, de la confrontación y de la producción cultural refiriéndose a un espacio de culturización artística, científica, política, la cual da a conocer los intereses y concepciones de la existencia tanto material como espiritual del hombre, que en la competencia de su exposición pública conformarían el magma desde el cual se constituye el basamento de la sociedad como conjunto, un espacio de confluencia, un recipiente y, al mismo tiempo, un recipiente en el cual surgen nuevas perspectivas, políticas y culturales, imaginarios creados y recreados en el encuentro de todos ellos en su realidad viva, es decir, también en movimiento y una interacción.

Es por todo lo anterior que la Alcaldía Mayor de Bogotá en el año 2005 al analizar la problemática que el alcohol genera en las personas cuando el consumo es en altos niveles para la salud, debido a los estudios adelantados por la ciencia, y las diferentes afectaciones al espacio público y los habitantes de determinados lugares de la ciudad, decide por medio del Proyecto de Acuerdo 0039 de 2005 prohibir el expendio de bebidas alcohólicas alrededor de instituciones educativas, centros médicos, hospitalarios e iglesias en el Distrito Capital, en un radio de doscientos metros según el artículo 1 y la prohibición del consumo de bebidas alcohólicas en el espacio público según el artículo 2, aplicando, además, medidas sancionatorias a todas aquellas personas que violen la ley con una penalidad de retención durante veinticuatro horas.

Según el artículo de Roa (2006), las leyes colombianas son bastante explícitas en cuanto a espacio público se refiere. El artículo 82 de la Nueva Constitución dice textualmente:

Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular. Las entidades públicas participarán en la plusvalía que genere su acción urbanística y regularán la utilización del suelo y del espacio aéreo urbano en defensa del interés común.

La misma Constitución delega en los Concejos municipales la reglamentación de los usos del suelo y el control de las actividades relacionadas con la construcción de inmuebles destinados a vivienda. La Ley de la Reforma Urbana, el Código de Régimen Municipal y el Código de Recursos Naturales, por ello incluyen normas precisas, las cuales están inclinadas a la conservación y mejoramiento de la calidad de vida en las poblaciones a través de la provisión, mantenimiento y adecuación del espacio público, enfatizan en la importancia de la participación de las administraciones municipales en la búsqueda de mecanismos para mejorar la calidad de vida en sus territorios y asentamientos, tomando en cuenta el papel determinante que asume en esa búsqueda el espacio común.

La acción ciudadana tiene también un papel significativo en este asunto, en cuanto ha sustituido o complementado la acción del Estado en la construcción, mejoramiento y mantenimiento del espacio público. Muchas comunidades han construido con su propio esfuerzo espacios para la recreación infantil y han logrado dar terminación y dotación a los espacios públicos de sus barrios y veredas, como parte de su gestión para elevar el nivel de la calidad de vida de sus habitantes; en este sentido poder ofrecer un bien público estable en donde se pueda llegar a tener una satisfacción personal por la utilización de un bien público (Roa, 2006).

No obstante a la medida anterior, como lo mencionó la alcaldesa en el año 2007, el consumo de alcohol en el espacio público sigue siendo evidente pese a los acuerdos realizados por la misma y los comerciantes de la zona, pues éstos últimos años constantemente se infringe la ley vendiendo alcohol incluso hasta después de las tres de la mañana. Lo cual incentiva a los estudiantes universitarios para continuar con la ingesta de alcohol, pues pese a las restricciones impuestas por la alcaldía de Bogotá los comerciantes continúan violando la ley por lo menos hasta el año 2007 (Alcaldía de Bogotá, 2009).

Sin embargo, una vez más la Alcaldía de Bogotá por medio de su alcaldesa el 23 de junio del 2011 expidió una ley que prohíbe a aproximadamente unas 80 mil tiendas de barrio, supermercados,





licorerías, cigarrerías, salsamentarías, panaderías, galleras, canchas de tejo, billares, fruterías, confiterías y estancos de Bogotá la venta de licores o bebidas embriagantes después de las once de la noche hasta las diez de la mañana con el fin último de disminuir las cifras presentadas por la Policía Metropolitana de Bogotá, quienes afirman que hasta el 21 de junio del 2011 se han registrado 116.246 riñas con un promedio de 680 diarias donde las localidades más afectadas o con mayor presencia de riñas han sido Bosa, Kennedy, Suba y Ciudad Bolívar.

Al igual que como sucedió con el Acuerdo 0039 de 2005, esta Ley sanciona a los comerciantes que infrinjan la ley con una multa de dos salarios mínimos legales vigentes, es decir, \$ 1.071.200 –para 2011– y, en caso tal, si existe reincidencia en la violación se procederá a la clausura del lugar por siete días y así las veces que sea necesario hacerlo (eltiempo.com, 2011).

Lo anterior, pone en evidencia, una vez más, la intención del distrito para disminuir el consumo

de alcohol en los jóvenes en general para poder así reducir problemas de convivencia, deserción académica, violencia, entre otros, que el consumo de éste genera en los adolescentes de hoy en día.

Por ejemplo, cerca de la Universidad Católica de Colombia, bajo evidencia empírica de estudiantes de la zona, se ha podido constatar que existe, hoy en día, una abstención de los jóvenes a la ingesta de alcohol en los espacios públicos de la zona aledaña a la institución académica, pues después de las leyes que se han promovido por los diferentes alcaldes de Bogotá se ha venido disminuyendo la tendencia al consumo en el espacio público por parte de los estudiantes, aunque existen casos en que la infracción de la ley continúa ocurriendo tal y como sucede en la esquina de la calle 47 con carrera 12, no obstante, debido a las leyes y al apoyo de la Policía Metropolitana de Bogotá esta situación se ha venido mermando, pues los jóvenes universitarios consumen el alcohol en los espacios permitidos por la ley, como lo son los bares.

## Metodología

La investigación se realiza como un estudio descriptivo transversal, puesto que se recolectaron datos con los que se llevó a cabo una valoración intencional, donde se utilizó un tipo de metodología que describe un ambiente o circunstancia que se presenta en un solo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en una situación particular. Su enfoque es cuantitativo y su alcance descriptivo desde un enfoque empírico analítico, puesto que se pretende hacer una descripción de los factores más relacionados con el consumo de alcohol de estudiantes en el espacio público. Se midieron las variables sin recurrir a manipulación experimental y abordando el fenómeno en su ocurrencia natural para obtener información de su comportamiento y presentarla

de una manera sistémica. No se realizó control directo sobre variables de exposición o independientes ni se influyó sobre ellas, porque ya están dadas, solo se hizo una valoración intencional de la conducta de los factores de exposición desde el ámbito demográfico de los participantes en los sitios de convivencia natural.

El presente estudio es una asociación del análisis realizado por Cicua (2008) sobre los factores asociados al consumo de alcohol en adolescentes. Esta investigación pretende describir factores psicosociales que se relacionan con el consumo de alcohol de los estudiantes universitarios en espacios públicos de Bogotá en el sector de Chapinero. En el caso particular, se valorará la situación de consumo de alcohol en universitarios de la ciudad de Bogotá en la localidad de Chapinero en el espacio público.

## Instrumentos

Para realizar la investigación se utilizó un instrumento: Para la exploración de factores relacionados con el consumo de alcohol, se usó el Inventario Situacional de Consumo de Alcohol –ISCA, a éste se le modificaron algunas preguntas para que se pudiera evaluar la incidencia de los factores en el espacio público, a su vez se le agregaron a este cuestionario 14 preguntas más para describir por qué los jóvenes consumían alcohol en el espacio público.

El ISCA es un cuestionario de 100 reactivos diseñado para medir situaciones en las que un individuo bebió en exceso durante el año (APÉN-

DICE A). Los 100 reactivos están diseñados para medir 8 categorías de situaciones de consumo de alcohol divididas en dos grandes grupos: 1) SITUACIONES PERSONALES, en las cuales el beber involucra una respuesta a un evento de naturaleza psicológica o física; se subdivide en 5 categorías: Emociones desagradables, Malestar físico, Emociones agradables, Probando autocontrol, Necesidad o urgencia por consumir y el 2) SITUACIONES QUE INVOLUCRAN A TERCERAS PERSONAS, que se subdividen en 3 categorías, que son: Conflicto con otros, Presión social, Momentos agradables.



El inventario Situacional de Consumo de Alcohol (ISCA), diseñado por Annis, Gram y Davis (1998), se utilizó como instrumento para medir situaciones específicas de consumo de alcohol que pueden ser identificadas en un individuo

como situaciones de alto riesgo para una recaída (Annis, 1986). A la vez se le agregó un contenido adicional a la prueba orientado específicamente al consumo en diferentes lugares del espacio público,

## Resultados

El propósito de esta investigación fue describir los factores relacionados con el consumo de alcohol de universitarios en espacios públicos de Chapinero, para ello se utilizó el Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (ISCA) (Annis, Graham y Davis, 1998) y se adaptó a ésta las situaciones por las cuales se consume en espacio público. Se delimitó una muestra de estudiantes de universidades de Chapinero (ver Figura 1) de

edades de los 16 a los 26 años (ver Figura 2) y diversas carreras de dichas universidades (ver Figura 3). Se contó con una muestra de 200 estudiantes universitarios de la localidad de Chapinero., siendo una mayor población los estudiantes de estratos 3 que de los demás estratos (ver Figura 4), de los cuales el 50,50 % son hombres y el 40,50 son mujeres (ver Figura 5).

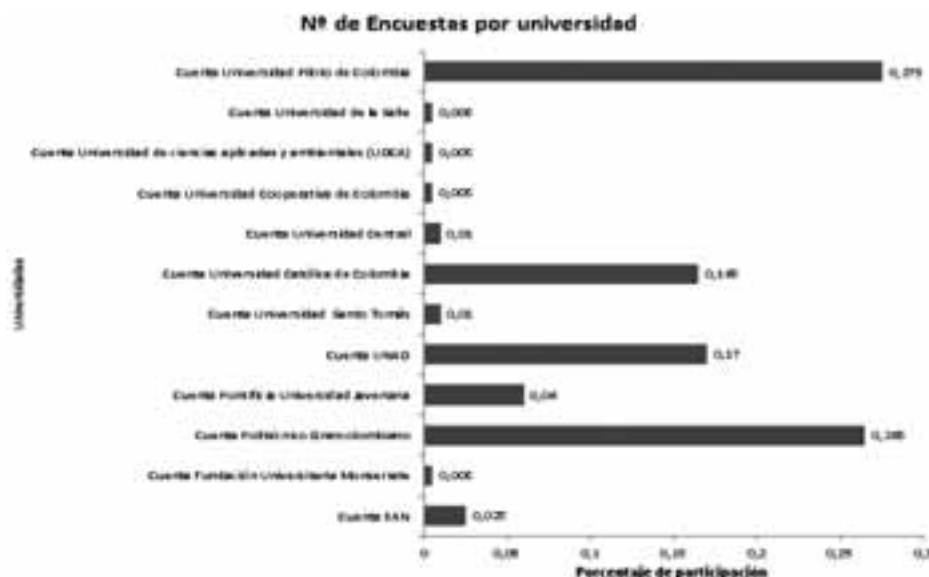


Figura 1: Porcentajes según la universidad de los sujetos encuestados (2011).

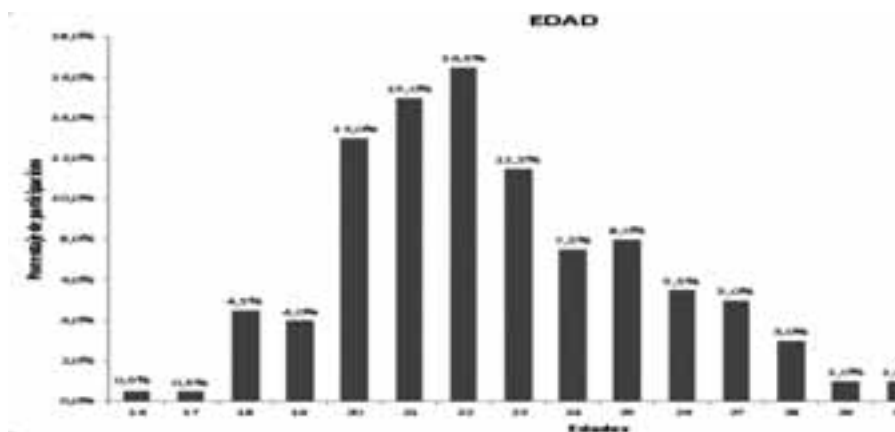


Figura 2: Porcentajes según la edad de los sujetos encuestados (2011).





Figura 3: Porcentajes según la carrera de los sujetos encuestados.

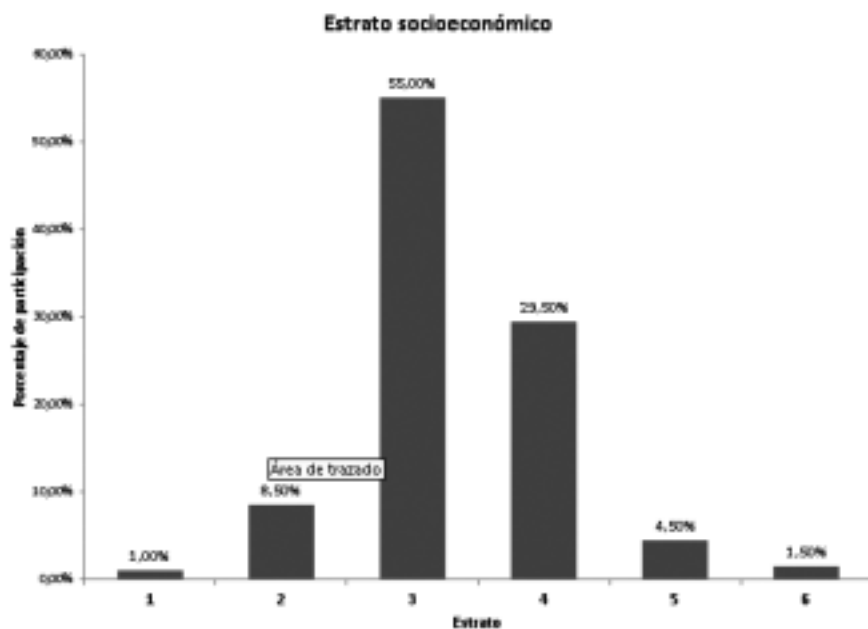


Figura 4: Porcentajes según el estrato de los encuestados

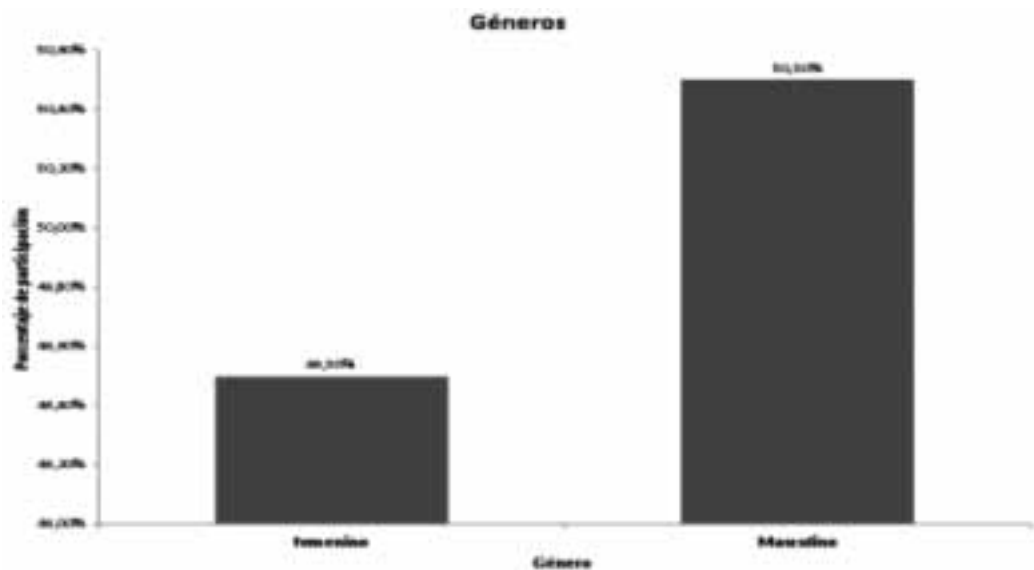


Figura 5: Porcentaje según el género de los sujetos encuestados

A su vez, se obtuvo la edad en la que los sujetos encuestados informan el inicio de consumo de alcohol (ver Figura 6), en donde la media obtenida de

14 años reporta haber probado el alcohol, de igual manera arrojando el resultado del nivel de consumo de los universitarios de Chapinero (ver Figura 7).



Figura 6: Porcentaje según la edad a la que inicio a ingerir alcohol.



Figura 7: Porcentaje según el nivel de consumo de los universitarios.

El Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (ISCA) (Annis, Graham y Davis, 1998), como instrumento de investigación, mide los factores asociados al consumo de alcohol, a través de sus 100 reactivos, integrado por dos grupos y ocho categorías o diversas situaciones de consumo de alcohol. El primer grupo: situaciones personales, se refiere a las diversas circunstancias en las cuales el consumir alcohol involucra una respuesta a un evento de naturaleza psicológica o física. Este grupo se subdivide en cinco categorías, que son: a) Emociones desagradables, b) Malestar físico, c) Emociones agradables, d) Probando autocontrol, e) Necesidad o urgencia por consumir. El segundo grupo: situaciones que involucran a terceras personas, se refiere a las diversas coyunturas en las cuales el consumir alcohol involucra a otros y se subdividen en tres subcategorías que son: a) Conflicto con otros, b) Presión social y c) Momentos agradables.

Las respuestas dadas por los sujetos encuestados se califican, a una respuesta de 1 se le asigna 0, una respuesta de 2 se le asigna 1, una respuesta de 3 se le asigna 2 y una respuesta de 4 se le asigna 3. Para las ocho categorías se suman los pun-

tos de los reactivos, y los puntajes se convierten a un puntaje final llamado índice del problema. Un puntaje obtenido de 0, indica que el sujeto nunca bebió, y, por lo tanto, es una situación que no presenta riesgo y es denominada de bajo riesgo. Un puntaje obtenido de 1 a 33, indica que el adolescente algunas veces bebió en exceso en ese tipo de situaciones., y, por lo tanto, es un estado de riesgo moderado. Un puntaje de 34 a 66, indica que el adolescente frecuentemente bebió en exceso en esas situaciones, y, por lo tanto, es una situación de alto riesgo. Una situación de muy alto riesgo, es cuando el adolescente muy frecuentemente bebió en exceso ante dichos momentos, arrojando un puntaje de 67 a 100.

Dentro de las Situaciones Personales medidas en el ISCA (Annis, Graham y Davis, 1998), las categorías o situaciones de presión social, momentos agradables con otros y emociones se catalogan en una categoría de riesgo alto, lo cual significa que en el transcurso del año estas situaciones han sido activadores para la ingesta de alcohol. Y las categorías de riesgo moderado, están inversas las situaciones de malestar físico, necesidad física y probando autocontrol (ver Figura 8).



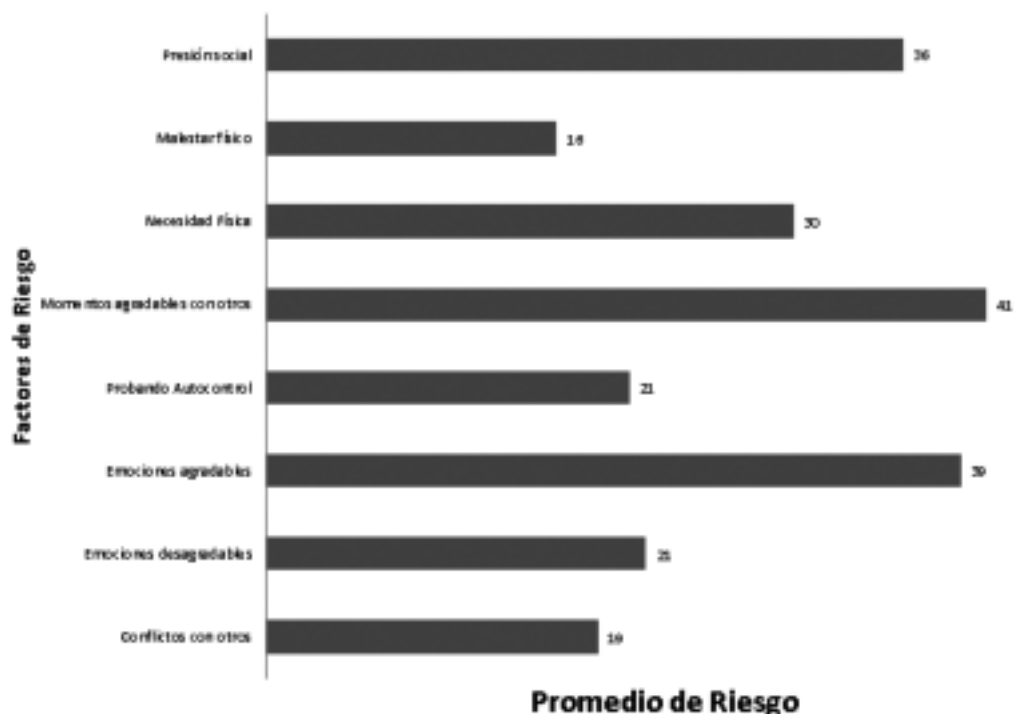


Figura 8: Factores Psicológicos que se relacionan con el consumo de alcohol.

En el presente estudio se realizó una correlación entre los posibles factores que llevan a los estudiantes a consumir alcohol en la vía pública medidos por el ISCA (Annis, Graham y Davis, 1998), se utilizó la correlación de Spearman como prueba no paramétrica que mide la asociación entre dos variables discretas. El coeficiente de correlación entre la variable conflicto con otros y emociones tuvo una correlación de 0.468, teniendo una correlación positiva débil; el coeficiente de correlación entre la variable emociones desagradables y emociones agradables fue de 0.527, existiendo una correlación positiva débil; el coeficiente de correlación entre momentos agradables y emociones desagradables fue de 0.536, existiendo una correlación positiva débil; el coeficiente de correlación entre conflictos con otros y emociones agradables fue de 0.468, existiendo una correlación positiva débil; el coeficiente de correlación entre emociones agradables y malestar físico fue de 0.437, existiendo una correlación positiva débil; el coeficiente de

correlación entre momentos agradables y autocontrol fue de 0.535, existiendo una correlación positiva media entre éstas.

El coeficiente de correlación entre momentos agradables y conflictos con otros fue de 0.495, existiendo una correlación positiva débil entre éstas; el coeficiente de correlación entre momentos agradables y malestar físico fue de 0.417, existiendo una correlación positiva débil entre las dos variables; el coeficiente de correlación entre malestar físico y emociones agradables fue de 0.437, existiendo una correlación positiva débil entre las variables y, por último, el coeficiente de correlación entre malestar físico y momentos agradables fue de 0.417, existiendo una correlación positiva débil. Por otra parte, se resalta que el coeficiente de correlación que se vio en la prueba fue de puntajes que oscilan entre 0.527 y 0.899 demostrando que hay una correlación positiva media y una correlación alta en el momento de aplicar la prueba para medir los factores que se relacionan más al consumo de alcohol en espacio público. (Ver Tabla 1).



Tabla 1: Coeficiente de correlación de Sperman de situaciones interpersonales y que involucran a terceras personas

			CONFLICTOS	EMOCIONES DESAGRADABLES	EMOCIONES AGRADABLES	AUTOCONTROL	MOMENTOS AGRADABLES	NECESIDAD PSICA	MALESTAR PSICO	PRENSION SOCIAL
Sperman's rho	CONFLICTOS	Correlation Coefficient	1,000	,096(**)	,499(**)	,206(**)	,496(**)	,527(**)	,300(**)	,086(**)
		Sig. (2-tailed)		,300	,004	,000	,000	,000	,000	,000
		N	200	200	200	200	200	200	200	200
Sperman's rho	EMOCIONES DESAGRADABLES	Correlation Coefficient	,096(**)	1,000	,527(**)	,276(**)	,536(**)	,606(**)	,591(**)	,630(**)
		Sig. (2-tailed)	,300		,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	200	200	200	200	200	200	200	200
Sperman's rho	EMOCIONES AGRADABLES	Correlation Coefficient	,499(**)	,527(**)	1,000	,527(**)	,791(**)	,679(**)	,437(**)	,749(**)
		Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
		N	200	200	200	200	200	200	200	200
Sperman's rho	AUTOCONTROL	Correlation Coefficient	,206(**)	,276(**)	,527(**)	1,000	,536(**)	,606(**)	,790(**)	,606(**)
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
		N	200	200	200	200	200	200	200	200
Sperman's rho	MOMENTOS AGRADABLES	Correlation Coefficient	,496(**)	,536(**)	,791(**)	,536(**)	1,000	,647(**)	,415(**)	,799(**)
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
		N	200	200	200	200	200	200	200	200
Sperman's rho	NECESIDAD PSICA	Correlation Coefficient	,527(**)	,606(**)	,679(**)	,606(**)	,647(**)	1,000	,593(**)	,729(**)
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
		N	200	200	200	200	200	200	200	200
Sperman's rho	MALESTAR PSICO	Correlation Coefficient	,300(**)	,591(**)	,437(**)	,790(**)	,415(**)	,593(**)	1,000	,506(**)
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
		N	200	200	200	200	200	200	200	200
Sperman's rho	PRENSION SOCIAL	Correlation Coefficient	,086(**)	,630(**)	,749(**)	,606(**)	,790(**)	,729(**)	,506(**)	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	200	200	200	200	200	200	200	200

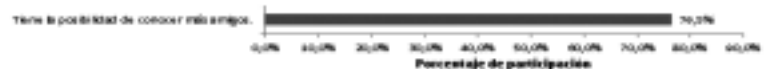
\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Se tuvo en cuenta los estadísticos descriptivos en donde se evidencia el total de la muestra, la cual es de 200 estudiantes universitarios, el mini-

mo y el máximo de cada una de las variables y a éstas a su vez se les sacó su desviación y la media de cada una (ver Tabla 2).

Tabla 2: Descripción estadística de situaciones interpersonales y que involucran a terceras personas

	N	Minimum	Máximum	Mean	Std. Deviation
CONFLICTO	200	0	80	18.77	20.616
DESAGRADABLES	200	0	83	21.50	22.365
AGRADABLES	200	0	93	39.25	22.232
AUTOCONTROL	200	0	83	20.50	21.857
MOMENTOS	200	0	93	40.72	20.409
NECESIDAD	200	0	77	29.79	19.386
MALESTAR	200	0	87	16.42	21.154
PRENSION	200	0	93	35.98	20.723
Valid N (listwise)	200				



De los diferentes estudiantes a los cuales se les practicó las encuestas se puede abstraer una valiosa conclusión con respecto a los principales motivos que los impulsan a consumir alcohol en el espacio público, los cuales son que, en promedio, el 76.5% de los mismos concluyen que consumen en esos espacios debido a que existe una mayor posibilidad de conocer más amigos; sin dejar de lado que el 57.5% del estudiantado está de acuerdo en que los precios que ofrecen los supermercados son más económicos que los de los bares, discotecas, entre otros, debido al valor

agregado que le suelen dar estos últimos sitios donde suelen reunirse los estudiantes.

En contraste, los motivos que persuaden a los estudiantes a consumir en los espacios públicos es la edad, en la medida que, en promedio, el 21% de los estudiantes encuestados afirmaron que realizan esas actividades debido a que son menores de edad y en los sitios como bares o discotecas, por ley, es prohibido el ingreso de los mismos a ese tipo de establecimientos, por lo cual, de alguna u otra forma, se obligan a consumir en el espacio público.



Figura 9: Razones por las cuales los estudiantes consumen alcohol en el espacio público.

## Discusión de la Investigación

En relación con el ser humano, las sustancias psicoactivas son capaces de modificar su estado psíquico, puesto que el alcohol puede alterar tanto la estructura como la función del Sistema Nervioso Central (SNC) de manera significativa provocando la aparición de un cierto grado de deterioro neuropsicológico. Sin embargo, este deterioro puede presentar una alta variabilidad debido a causas tales como la cantidad de alcohol consumida, los antecedentes y el patrón de consumo, el consumo concomitante de otras sustancias tóxicas y adictivas o las características intrínsecas del consumidor, estado premórbido, enfermedades sistémicas, el estado nutricional, etc. (García Moreno, Expósito, Sanhueza, & Gil Hernández, 2009).

Se sabe que el hombre ha conocido y usado las drogas desde tiempos históricos; en la actualidad el fenómeno del consumo de alcohol, especialmente en adolescentes, se considera un problema de salud pública que genera preocupación social, dado que ha incrementado a nivel de entidades gubernamen-

tales y privadas, los medios de comunicación, instituciones educativas y padres de familia.

Los cambios culturales, sociales y económicos tienen influencia directa en el patrón de consumo de alcohol; el inicio se realiza tanto en el seno familiar como en el grupo de amigos y compañeros, a edades tempranas. Los adultos, aparentemente, están ajenos a las consecuencias del consumo de alcohol en la población estudiantil.

Para la Organización Mundial de la Salud, “el alcoholismo es un desorden del comportamiento que se manifiesta por el consumo incontrolado de bebidas alcohólicas, lo cual interfiere en la salud mental, física, social y/o familiar del bebedor”. El gran porcentaje de bebedores no alcohólicos, muestra la necesidad de prestar gran atención a aquella población que de manera directa estaría en estado de vulnerabilidad, especialmente la población juvenil. (Cicua, 2008).

El alcohol es la sustancia psicoactiva utilizada por adolescentes en su gran mayoría, debido a

que el consumo aumenta las expectativas que se encuentran al consumir alcohol, puesto que produce un efecto facilitador en la interacción social y favorece la expresión verbal, a su vez desinhibe la conducta, incrementando la respuesta sexual, reduce la tensión física y psicológica, incrementa la agresividad y los sentimientos de poder y genera cambios psicofisiológicos (Mora Ríos, Natera & Juárez, 2005).

En su mayoría, estos efectos son deseados por el joven debido a que le brindan la posibilidad de ser reconocido por el grupo de pares en el que se desenvuelve. Respecto a los efectos que generan un aumento de la agresividad, se ha hallado que éstos se encuentran moderados por ciertas diferencias individuales, entre ellas el deseo de ser visto como poderoso, típicamente masculino; así mismo, se ha descubierto que los hombres jóvenes que expresaban mayores expectativas frente al aumento de agresividad y sensación de poder se ven envueltos en una mayor cantidad de peleas en bares durante el consumo (Londoño Pérez, 2005).

Esta es una explicación de algunas de las consecuencias que el alcohol ocasiona en las personas consumidoras afectándolos de una manera física y mental sin dejar de lado los diferentes perjuicios que generan a los habitantes de una zona donde existen concentraciones multitudinarias. Además, se debe tener en cuenta que en estos lugares se produce una alta densidad de la delincuencia, ya sea por el sector o por el estado de embriaguez en la que salen algunas personas jóvenes atentando contra la vida de ellos mismos y la de la comunidad habitante de la zona,

Continuando con lo anterior, esta investigación se enfocó en los factores psicológicos relacionados con el consumo de alcohol de universitarios en el espacio público del sector Chapinero, demostrando que las circunstancias propias o personales prevalecen en el consumo de alcohol convirtiéndose en factores que llevan al consumo en la vía pública, sin desconocer la existencia de aquellas situaciones en donde se interactúa con otras personas. Una de las características de este estudio es que se delimitó la zona en donde se establece que se presenta mayor consumo de alcohol por parte de universitarios. De los 200 adolescentes encuestados se encontró que el 18% de los estudiantes son le la carrera de ingeniería de sistemas, percibiéndose como la población más encuestada, esta distribución se tuvo en cuenta porque los factores demográficos y los sociodemográficos están asociados con el aumento de la probabilidad de un mayor consumo de alcohol en la población adolescente (Sharma, 2005; Donovan, 2004).

Otra característica relacionada con el consumo de alcohol es la edad en que los adolescentes inician la ingesta, como lo indicaba RUMBOS (2002), clasifica el alcohol como la sustancia psicoactiva (SPA) más consumida en el país, y los pro-

centajes más altos de prevalencia se encuentran en los estudiantes universitarios; con respecto al abuso del consumo de alcohol se encuentra en un 6.7%, indicando esto que uno de cada 30 colombianos abusa del alcohol con una prevalencia del 90% en la vida (Díaz, 2007). A su vez, la mayoría de los adolescentes inician el consumo de alcohol y cigarrillo entre los 10 y 12 años. En el presente estudio el promedio de edad de inicio en el consumo de alcohol se situó en 14 años, dato que es equivalente a lo encontrado por la edad en la que inicio a tomar. La edad de inicio en el consumo de alcohol supondría una evasión al periodo en que el adolescente se encuentra, la transición entre la niñez y la adultez. Mediante el alcohol se buscaría estar más cerca de aquello que los separa de los adultos asumiendo comportamientos no propios, lo cual deja un vacío en el desarrollo normal del adolescente como persona.

Al profundizar sobre la edad de inicio los resultados mostraron que un 36% de los jóvenes universitarios iniciaron el consumo de alcohol a los 14 años de edad, de los cuales un 53% lo hizo entre los 13 a 15 años y el 56% entre los 7 a 12 años y los 16 a los 19 años, confirmando lo expuesto por RUMBOS (2002). El que los adolescentes estén iniciando su consumo de alcohol a la edad promedio de 11.19 años podría suponer una aceptación por parte de sus padres y otros adultos cercanos, ya que posiblemente a estas edades los niños consumen alcohol bajo el conocimiento y aprobación de los adultos, sin claridad sobre el impacto que ha de producir el consumo de alcohol sobre la conducta futura de sus hijos. Así mismo, en el trabajo de Cicua (2008) se indica que hay una tendencia del inicio del consumo de alcohol en los adolescentes presentándose a edades cada vez más tempranas con el propósito de explorar, necesidad de reconocimiento, acompañamiento social o aceptación de un grupo de pares.

En cuanto al consumo de alcohol diferenciado por sexo, el consumo disminuye tanto entre los bebedores más frecuentes como entre los ocasionales. El consumo entre las mujeres es más sensible a las variaciones del precio que entre los varones. Un estudio en los EE.UU. ha llegado a estimar que un incremento del 10% del precio reduciría en un 6.5% el número medio de copas consumidas en un año. Por este motivo, unas de las políticas más eficaces para reducir el consumo de alcohol, sobre todo entre los jóvenes, es el aumento de los impuestos sobre la venta de bebidas alcohólicas. Los que se oponen a los incrementos de precio como medida de control del consumo de alcohol, sobre todo la industria licorera, aducen que la reducción de este consumo mediante incremento de precios o restricciones a su venta genera en los jóvenes una mayor demanda de otras drogas ilegales que sustituyen al alcohol. En el 2004, en Colombia se realizó un estudio

en jóvenes entre 10 y 24 años en donde la prevalencia de consumo en hombres era de 85.2% y en mujeres de 82.6%. De igual manera, aquí se encontró que la tendencia de la proporción de mujeres que consumen alcohol se mantiene cercana a la de los hombres mostrando que el consumo es mayor en hombres (69.48%) que en mujeres (60.73%) (Cicua, 2008).

En la investigación se utilizó el Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (ISCA) (Annis, Graham y Davis, 1998), instrumento que mide las situaciones en las que se consumió alcohol, el cual da cuenta de los factores psicosociales asociados al consumo.

Los factores hacen referencia a aquellas condiciones que se encuentran presentes en una situación que está directamente relacionada con el desarrollo individual y grupal del ser humano teniendo la capacidad de afectar tanto el bienestar o la salud física, psíquica o social (Cáceres, Salazar, Varela & Tovar, 2006) como al desarrollo personal. Los factores psicosociales son susceptibles de provocar daños a la salud, pero también pueden influir positivamente en la satisfacción, estos consisten en la interacción del ser humano y su contexto, las condiciones de su organización, las capacidades del individuo, sus necesidades, cultura y situación personal; a través de percepciones y experiencias que pueden influir en la salud, el rendimiento y la satisfacción del individuo hacia su entorno.

Para una mejor comprensión de los factores vinculados al problema se realizaron asociaciones entre algunas situaciones encontrándose como principal factor la relación entre situaciones que impliquen

emociones agradables y situaciones que impliquen presión social, puesto que puede existir una influencia de aquellas circunstancias producidas por emociones agradables que impliquen sensaciones de seguridad, satisfacción, alegría, entre otras, y la presión social que ejercen otras personas.

Para el nivel de consumo en el espacio público se puede decir que existe una gran incidencia de cada uno de los factores en el consumo de alcohol, pero como se ve en las figuras se puede decir que, en la gran mayoría de los casos, el consumo en espacios públicos se da y se presenta más como una experiencia agradable que desagradable, así se resalte el hecho de la presión social y los patrones culturales.

Desde un sentido de preguntar por qué consumían en un área que era prohibida, qué beneficios les dejaban, los datos arrojados describen que por su incidencia social, da a conocer un proceso de formación a los jóvenes en donde se les muestra que el consumo de alcohol en el espacio público les va a abrir más puertas a su estado gregario y su estado monetario.

Sin desconocer que el motivo principal o con mayor incidencia dentro de los evaluados se puede llegar a la conclusión que consumir en el espacio público genera mayores condiciones para que el estudiante conozca más personas y pueda forjar una amistad más adelante, acompañado de una diferencia significativa en los precios de los bares y supermercados debido al valor agregado que generan los establecimientos de consumo frente a las tiendas o supermercados donde se puede adquirir el alcohol a un precio más económico.





## Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Bogotá; Secretaría Distrital de Salud y la Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito IDC; Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas CICAD; Organización de los Estados Americanos OEA; Embajada EE.UU. (2009). *Estudio de consumo de sustancias psicoactivas en Bogotá D.C.*, Bogotá: Escripto Ltda.
- Annis, H. (1982). Inventario Situacional de Consumo de Alcohol ISCA (1998). *Instrumentos de evaluación del modelo de detección temprana e intervención breve para bebedores problema*, 108-118.
- Becoña Iglesias, E., Rodríguez López, A. & Salazar Bernard, I. (1999). *Magister en drogodependencia*. Santiago de Compostela, España: Universidad de Santiago de Compostela .
- Calafat, F., Moyá, D. & Jerez, J. (2011). Conductas de riesgo de jóvenes turistas españoles de vacaciones en Mallorca e Ibiza: consumo de alcohol, drogas y otros riesgos para la salud. *Revista Española de Drogodependencia*, 137 - 148.
- Cicua, D., Méndez, M. & Muñoz, L. (2008). Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento psicológico*, 115 - 134.
- Delgado, M. (2006). *Reflexiones en torno al espacio público*. Barcelona.
- Díaz, C. A. (2007). Evaluación y Diseminación de un Programa Motivacional Breve. *Típica* , 22.
- García Moreno, L. M., Expósito, J., Sanhueza, C. & Angulo, T. (2008). Actividad prefrontal y alcoholismo de fin de semana en jóvenes. *Adicciones*, 271 - 280.
- García Moreno, L. M., Expósito, J., Sanhueza, C. & Gil Hernández, S. (2009). Rendimiento cognitivo y consumo de alcohol durante el fin de semana en mujeres adolescentes. *Revista Neuropsicología, Neuropsiquiatría y Neurociencias*, 75 - 91.
- Gordon, A. & Gordon, J. (1985). *Relapse prevention Maintenance strategies in the treatment of addictive behaviors*. Washington: G.
- Ministerio de la Protección Social de Colombia. (2009-2010). *Plan Nacional Antidrogas*. Bogotá D.C., Colombia.
- Mora Ríos, J., Natera, G. & Juárez, F. (2005). Expectativas relacionadas con el alcohol en la predicción en relación al consumo en jóvenes. *Salud Mental*, vol. 28( 2).
- Rice, F. P. (1997). *Libro de desarrollo humano, estudio del ciclo vital*. España: Pearson Prentice Hall.
- Roa, A. S. (2006). Espacio público y calidad de vida . *La calle: lo ajeno, lo público y lo imaginado*.