

Cuadernos de Investigación FISAC

Organo de Difusión del Comité Científico de la
Fundación de Investigaciones Sociales, A.C.



ENCUESTA SOBRE FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA CONDUCTA DE CONSUMO DE BEBIDAS CON ALCOHOL EN ASISTENTES A ESPACIO 99

Número 001

Volumen 1

Año 0

ISBN En trámite

Email: fisac@mail.internet.com.mx

Junio, 1999

Cuadernos de Investigación FISAC



Organo de Difusión del Comité Científico de la
Fundación de Investigaciones Sociales, A.C.

Presidente Honorario
Don Antonio Ariza Cañadilla

Presidente del Patronato 1999
Lic. Isaac Chertorivski Shkoorman

Presidente Ejecutivo
Dr. Gastón T. Melo Medina

Director General
Lic. Ignacio Ybarra Duperou

Comité Editorial
Lic. María del Carmen Aramburu
Lic. Alicia Argüelles Guasquet
Lic. Federico Cabrera Amezcua
Dr. Marco Polo Peña-Corona Gutiérrez
Lic. Lourdes Vales Balderas

D.R. Fundación de Investigaciones Sociales, A.C.
Francisco Sosa 230, Coyoacán, México, D.F.
Email: fisac@mail.internet.com.mx
ISBN En trámite
Edición bimestral
Tiraje: 1000 ejemplares

ÍNDICE

• Presentación	5
• Características de la muestra	6
• Conducta de Consumo: AUDIT	8
• Preferencia de Consumo	10
• Asertividad	12
• Valores	14
• Tiempo Libre	16
• Proyecto de Vida	18
• Autoestima	20
• Conocimiento sobre las bebidas	22
• Actitud ante el Consumo	24
• Relación con el Consumo	26
• Consumo en exceso y consecuencias	28
• Conclusiones	30
• Nota metodológica	31
• Reflexiones	32
• Referencias bibliográficas	33

Fundación de Investigaciones Sociales, A.C.

“ENCUESTA SOBRE FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA CONDUCTA DE CONSUMO DE BEBIDAS CON ALCOHOL EN ASISTENTES A ESPACIO 99”

Marco Polo Peña-Corona Gutiérrez, Alicia Argüelles Guasquet, Ma. del Carmen Aramburu Alonso e Ignacio Ybarra Duperou

Aplicación de encuestas:

Yolanda Alonso Padilla, Ma. Elena Bernard Lavalle, Paola Bolaños Cacho Assael, Claudia Gabriela Feria Basurto, Pablo Fernández de Castro Medina, Rosa Isela León Casillas, Antonio Martínez Hernández, Alejandra Medina Silva, Verónica Salazar Casas, Daniel Salcido Macías, Ma. Concepción Trejo Benítez.

Programa de captura de datos, análisis y edición de datos:



Instituto Mexicano de Psiquiatría

División de Investigaciones Epidemiológicas y Sociales,
Jerónimo Blanco Jaime
Francisco Juárez García
Silvia Carreño García

Supervisión de la captura, análisis, edición y responsable de la publicación:

Dr. Marco Polo Peña-Corona Gutiérrez

México, D.F. Junio de 1999

PRESENTACIÓN

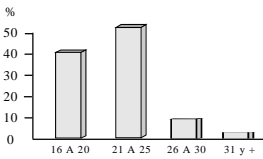
Debido a que las corrientes actuales de promoción de la salud, señalan que los programas para los adolescentes deben basarse en un marco conceptual de desarrollo humano, FISAC consideró pertinente desarrollar una investigación en donde se incluyeran temas como: adolescencia, asertividad, autoestima, valores, proyecto de vida, uso del tiempo libre, factores de riesgo y protección.

La finalidad al incluir estos temas, fue analizar los resultados y diseñar un Curso-Taller que incida en la promoción de una cultura de responsabilidad ante el consumo de bebidas con contenido alcohólico así como promover estilos de vida saludables.

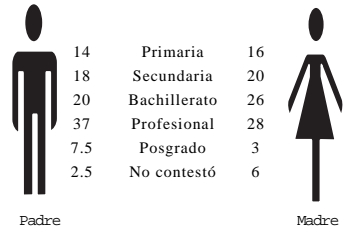
El presente estudio tuvo como objetivo identificar algunos aspectos relacionados con la percepción de los jóvenes asistentes sobre las bebidas alcohólicas y su conducta de consumo, que sirvieran de base para programas de promoción de una cultura de responsabilidad en el consumo.

A continuación se presentan los resultados de la investigación realizada en ocasión del evento “Espacio 99”, celebrado en la ciudad de México los días 22 al 27 de marzo de 1999, en una muestra de 1420 jóvenes de 16 a 30 años de edad, de nivel educativo superior, pertenecientes a niveles de ingresos medios y superiores, y de los cuales las dos terceras partes provenían del interior de la República.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

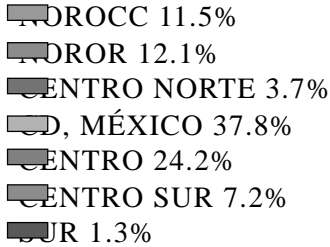


N=1420



El 40% de los asistentes fueron jóvenes de 16 a 20 años de edad; el mayor porcentaje (52%) se encontró entre los de 21 a 25 años de edad, el 7% fue del grupo de 26 a 30 años y el 1% restante, de 31 años y más.

El 58% de los encuestados fueron mujeres y el 42% hombres. En cuanto a la distribución por su lugar de origen, fue la siguiente:



El grado de escolaridad de los padres muestra que el 37% tiene grado profesional y el 7.5% algún tipo de estudios post profesionales (incluidos diplomados), en tanto que el 28% de las madres es profesional y el 3% cuenta con postgrado, ambas situaciones muy por arriba de la distribución general de la población.

Por lo que toca al nivel de ingresos, se identificó que el 50% de la muestra cuenta con niveles superiores a 5 salarios mínimos.

Conducta de consumo: AUDIT

FRECUENCIA DE CONSUMO

OCASIONES	NUMERO	%
Nunca	409	25.0
Menos de una vez al mes	745	45.5
Dos o cuatro veces al mes	412	25.2
Dos o tres veces por semana	67	4.1
Cuatro o más veces por semana	5	0.3

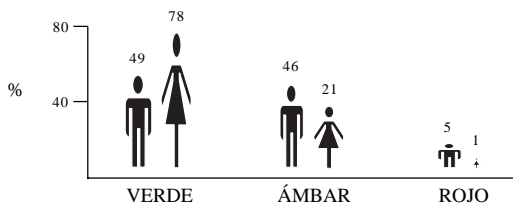
CONSUMO EN UN DIA TIPICO

TRAGO ESTANDAR	NUMERO	%
1 ó 2	743	54.4
3 ó 4	361	26.4
5 ó 6	165	12.1
7 ó 9	68	5.0
10 ó más	28	2.1

FRECUENCIA DE INTOXICACIÓN

OCASIONES	NUMERO	%
Nunca	770	48.6
Menos de una vez al mes	563	35.5
Mensualmente	176	11.1
Semanalmente	68	4.3
Diario o casi diario	7	0.4

NIVEL DE RIESGO EN CALIFICACIÓN DE AUDIT



Conducta de consumo: escala AUDIT (Alcohol Use Disorders Identification Test)

La escala AUDIT es una prueba que fue desarrollada por expertos de la Organización Mundial de la Salud para establecer las categorías de riesgo en el consumo de bebidas alcohólicas en personas que, a pesar de no cumplir los criterios de adicción, presentan problemas con su forma de beber; en su versión breve (3 preguntas) identifica los siguientes parámetros: Frecuencia de consumo, Cantidad de consumo por ocasión y Frecuencia de intoxicación. ⁽¹⁾

Los registros se suman para obtener una calificación y de acuerdo a ésta, se establece un juicio (paradigma del semáforo) para ubicar a cada individuo como: sin riesgo (verde), con riesgo (ámbar) o en peligro (rojo). A continuación se presentan los resultados que mostraron significancia estadística, y se omitieron aquellos que no la tuvieron.

Resultados:

Al aplicar esta prueba se encontró que entre los encuestados, 25% consume bebidas alcohólicas 2 o 4 veces al mes, el 4% lo hace más de 2 veces por semana.

En relación a la cantidad de consumo por ocasión, 19% de la muestra ingiere 5 o más copas en cada ocasión (niveles suficientes para considerar legalmente intoxicado a quien está en esta condición).

Con respecto a la frecuencia de intoxicación, el 15.8% de la muestra señaló intoxicarse más de una vez al mes.

La suma de las calificaciones en esta muestra, apunta que 46% de los hombres y 21% de las mujeres consumen con riesgo y 5% de los hombres y 1% de las mujeres lo hacen en forma peligrosa.

PREFERENCIA DE CONSUMO

	CASA	AMIGOS
	%	%
Ninguna	35.6	7.6
Vino de mesa en las comidas	8.8	3.6
Cerveza	25.4	48.0
Tequila	14.1	22.0
Ron (“cubas”)	6.7	4.9
Whisky	3.2	2.2
Otras (brandy, vodka, etc.)	3.2	3.1
Todas las anteriores	3.0	8.6

Se identificó que la preferencia de consumo entre los jóvenes es la cerveza seguida del tequila, coincidiendo con las preferencias de consumo -aunque en menor proporción- al interior de las familias de los encuestados.

Esta observación es compatible con los datos obtenidos en otras encuestas sobre consumo, como las Encuestas Nacionales de Ingresos y Gastos en los Hogares ⁽²⁾, realizadas por el INEGI en los años de 1984 a 1994, así como los datos reportados por las Encuestas Nacionales de Adicciones desarrolladas por el Instituto Mexicano de Psiquiatría y la Secretaría de Salud. ^(3,4)

La explicación que se da de estas preferencias de consumo, es la accesibilidad de la bebida (la cerveza), tanto por su distribución, como por su bajo precio, así como la falsa percepción de que es una bebida con bajo contenido alcohólico, y que por lo tanto las posibilidades de intoxicación son pocas.

ASERTIVIDAD

	Verde	Ámbar	Rojo	Total*
	%	%	%	%
Hacer valer lo propio sin considerar el juicio de los demás	10.2	12.1	7.9**	10.7
Decir lo que me conviene de acuerdo a las circunstancias	7.2	10.9	13.2	8.6
No puedo decirles que no cuando me invitan una copa y no quiero	0.6	1.9	7.3	1.2
Hacer lo que a otros les corresponde	0.5	1.5	2.6	0.7

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

** No significativa

Ser asertivo significa defender los derechos propios expresando lo que se cree, siente y piensa, de manera clara y en el momento oportuno.

Es la habilidad de decir SI y NO de acuerdo a lo que realmente se quiere decir, así como para resistir la presión grupal o individual. Es un elemento fundamental para el logro de una comunicación clara, directa y abierta. ⁽⁵⁾

Resultados:

A cada caso se le ubicó en cuanto a su nivel de riesgo en la escala de AUDIT y fue comparado con las respuestas relacionadas a la adopción de conductas asertivas.

Se encontró una relación directa entre la calificación de consumo peligroso (rojo) y conductas asertivas deficientes, por ejemplo: “Decir lo que me conviene de acuerdo a las circunstancias”o bien “No puedo decir que no cuando me invitan una copa y no quiero”.

En sentido inverso, se identificó que una conducta asertiva positiva está en relación directa a la calificación sin riesgo (verde).

VALORES

	Verde	Ámbar	Rojo	Total*
	%	%	%	%
Tener congruencia entre lo que pienso, siento y hago sin perjudicarme, ni a los demás	77.9	70.0	69.2	77.1
Tener un grado académico	2.7	3.0	7.7	2.6
Que tenga mucho dinero	0.2	1.4	4.9	0.7

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

Existe el discurso entre algunos adultos que señala: “La juventud actual carece de valores”.

Diversos autores señalan que los jóvenes de ahora sí tienen valores pero que difieren -en algunos casos- de los que consideraban las generaciones que les precedieron ^(6, 7, 8, 9, 10).

La propuesta desarrollada en el programa TIPPS, incluye los valores trascendentales (el bien, la verdad, el amor) y entre sus objetivos se propone investigar “aquello a lo que la juventud actual considera un valor”. ⁽¹¹⁾

Resultados:

Como puede observarse en la tabla anterior, existe asociación entre la calificación de riesgo obtenida a través de aplicar la escala de AUDIT y los valores expresados por los jóvenes asistentes a Espacio 99.

Los calificados como bebedores sin riesgo, identifican con precisión el concepto de valor, en tanto que esta percepción es menos clara en los sujetos en riesgo o peligro. Lo mismo sucede en la calificación de valor otorgada al hecho de obtener un grado académico.

TIEMPO LIBRE

	Verde	Ámbar	Rojo	Total*
	%	%	%	%
Ir a la disco o a un antro	4.1	11.4	12.2	6.0
Ir con mis amigos a tomar una copa	1.5	5.2	12.2	2.6
Ver televisión	12.5	12.1	2.4	12.0
Hacer deporte	20.4	15.9	14.6	19.5

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

Es una vivencia individual de libre opción, que expresa la personalidad de los sujetos.

Consiste en el desarrollo de una actividad que no depende de la decisión de los demás, sin que esto represente que deba realizarse de manera individual.

Es decidida por el sujeto, quien la vive en su intimidad aún cuando en ocasiones la realice acompañado. Le permite dialogar con sus propios deseos sin la coacción de los demás.
(12,13)

Se da por separado del resto del tiempo, especialmente el de trabajo, el dedicado a su alimentación, al sueño o de otras actividades obligatorias.

Resultados:

Se observó que las actividades que se desarrollan en el tiempo libre están directamente relacionadas con la calificación de riesgo obtenida.

Aquellos que se identificaron con patrones de consumo de bebedores peligrosos o en riesgo (ámbar o rojo en la escala de AUDIT) prefieren “Ir con amigos a una disco o un antro” o “Ir a tomar una copa con los amigos”, mientras que los que fueron calificados como bebedores sin riesgo, optan por actividades de tiempo libre como “Ver televisión” o “Hacer deporte”.

PROYECTO DE VIDA

	Verde	Ámbar	Rojo	Total*
	%	%	%	%
Hacer un postgrado	51.0	50.2	39.5	51.3
Casarte	1.7	2.7	5.3	2.0
Irte de viaje	4.7	5.7	10.5	4.7
Aumentarán tus responsabilidades	36.1	31.4	30.8	34.8
No sé	2.9	2.5	7.9 **	2.7

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

** No significativa

La sistematización en el mensaje (normas claras) es un factor de prevención. El programa TIPPS considera que los jóvenes pueden influenciar en lo que pasa y la mejor forma es anticiparse a los acontecimientos, planificando lo que van hacer. De la correcta elaboración del “Proyecto de Vida” depende la vida futura.

Consideramos que el Proyecto de Vida debería ser el hilo conductor de nuestro programa TIPPS, ya que este modelo parte del principio de que una adecuada educación, es decir, la formación del carácter, es el mejor antídoto contra el abuso de bebidas alcohólicas.

El Proyecto de Vida consiste en aprender a planear metas a futuro y la forma en que pueden ser llevados a cabo, dando como resultado una vida más sana y eliminando así, la posibilidad de abuso en el consumo de bebidas con contenido alcohólico ⁽¹⁴⁾.

Resultados:

La proyección positiva hacia el futuro (“Hacer un postgrado” o “Aumentarán sus responsabilidades”) es más clara en aquellos que fueron calificados como de bajo riesgo en su consumo de bebidas, en tanto que es menos cierta en los calificados como en riesgo o en peligro por su manera de beber (Tendencia a la fuga o búsqueda de un apoyo o realización a través de otro “Irte de viaje” o “Casarte”).

AUTOESTIMA

	Verde	Ámbar	Rojo	Total*
	%	%	%	%
Tener control sobre los demás	1.0	2.2	4.9	1.3
Sentir que puedo hacer todo lo que quiero	12.7	17.2	24.4	14.6
Conocimiento, aceptación y amor por mi mismo	84.2	74.9	68.3	81.1

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

Las dificultades psicológicas, como son la angustia, depresión, miedo a las relaciones íntimas, el éxito o el fracaso, abuso de bebidas alcohólicas, bajo rendimiento escolar, disfunciones sexuales o inmadurez emocional, están vinculadas a una autoestima deficiente.

La autoestima es un sentimiento de capacidad y valor personal, la suma de la confianza y el respeto por sí mismo.

En opinión de Nathaniel Branden, no es un don, sino que debe desarrollarse con la convicción de que el ser humano es competente para vivir digno y feliz. ^(15,16)

TIPPS retoma estas premisas y las incorpora en sus contenidos.

Resultados:

Es evidente la asociación directa entre una autoestima positiva y la calificación de bajo riesgo en el consumo; así como la ubicación en consumo de riesgo o peligroso (ámbar o rojo en la escala AUDIT) con respuestas que denotan alteraciones en la autoestima (p.ej. “Tener control sobre los demás).

CONOCIMIENTO SOBRE LAS BEBIDAS

Cantidad necesaria para intoxicarse	Verde %	Ámbar %	Rojo %	Total* %
1 copa	2.8	1.7	--	2.8
Más de 1 copa	4.0	2.9	--	5.1
Más de 3 copas	26.1	11.4	9.8	22.7
Más de 5 copas	40.3	32.4	22.0	36.0
Más de 7 copas	15.2	23.2	19.5	16.1
10 ó más copas	9.5	24.6	36.6	14.0
No se	2.1	3.9	12.2	3.2
Una copa de alcohol se elimina en un adulto en aproximadamente 1 hora	49.6	50.4	42.5 **	48.0 *
El alcohol es una estimulante del Sistema Nervioso Central	13.5	14.8	17.5	14.3 *

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

** Estadísticamente no significativas

El conocimiento sobre los efectos de las bebidas alcohólicas en el organismo, constituye un factor de protección para que el individuo que decide ingerirlas no incurra accidentalmente en su abuso e intoxicación y sus consecuencias. El disponer de información, tanto de los efectos agudos como crónicos, positivos y negativos, constituye uno de los elementos del programa TIPPS.

El objetivo es que se identifique a la moderación en el consumo y la degustación, como un elemento de la cultura de los pueblos, además de señalar los riesgos del abuso en el consumo, en los ámbitos de la salud y la sociedad. ⁽¹⁷⁾

Resultados:

Es evidente el desconocimiento sobre los efectos del abuso de alcohol en el organismo o una actitud de negación o falsa percepción de la respuesta individual al consumo de bebidas alcohólicas.

Se observa que aquellos que fueron calificados como consumidores en riesgo (ámbar) o consumidores en peligro (rojo), consideran que la cantidad necesaria para alcanzar niveles de intoxicación es más alta (más de 7 copas), posiblemente como resultado de la tolerancia que desarrollan, lo que hace que sus consumos sean más altos sin sentir los efectos de la bebida, razón que puede explicar en estos grupos poblacionales el consumo excesivo.

El desconocimiento es general acerca del tiempo necesario para metabolizar las bebidas alcohólicas por el organismo (diferencias no estadísticamente significativas entre los grupos, de acuerdo a su nivel de ingesta), así como la falsa percepción de que el alcohol es un estimulante del sistema nervioso central, ya que si bien en bajas dosis actúa como un desinhibidor de la conducta, su efecto es depresor.

ACTITUD ANTE EL CONSUMO

¿Cuál es la edad y lugar más adecuado para consumir por primera vez una bebida?	Verde	Ámbar	Rojo	Total
	%	%	%	%
Entre 16 y 17 años	21.3	26.1	34.1	21.4
18 ó más años	48.2	44.4	34.1	44.4
En mi casa, con mi familia	69.6	64.4	55.3	64.5
En una disco	4.8	8.0	7.9	5.6
En una fiesta	10.1	14.1	26.3	10.9
En mi casa solo	2.0	5.6	7.9	3.1

Un elemento de la cultura de los pueblos, es la actitud ante la moderación y el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas.

Las características de consumo en nuestra sociedad, permiten clasificarla como una cultura “seca” en la que se bebe en forma esporádica pero en gran cantidad, llegando con frecuencia a la intoxicación, a diferencia de las llamadas culturas “húmedas”, en las que se consume en múltiples ocasiones pero en baja cantidad, alcanzando pocas veces el grado de intoxicación. ⁽¹⁷⁾

Resultados :

En la muestra estudiada, se observa una mayor tolerancia en las personas que inician el consumo a edades más tempranas y está en relación directa a la condición de riesgo de los bebedores (calificaciones ámbar y rojo).

Es también clara la asociación entre los niveles de riesgo y la preferencia del sitio para el inicio en el consumo de bebidas con alcohol

RELACION CON EL CONSUMO

¿CUANDO TOMAS BEBIDAS TE EMBORRACHAS?	Verde	Ámbar	Rojo	Total*
	%	%	%	%
Siempre	0.8	2.2	10.3	1.7
Frecuentemente	2.0	7.2	15.4	3.6
Algunas veces	7.0	28.4	51.3	13.3
Pocas vese	31.0	47.9	17.9**	32.0

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

** Diferencias estadísticamente no significativas

Diversas observaciones etnográficas, especialmente entre grupos de adolescentes, han señalado como una característica que dentro de los ritos de iniciación al grupo, así como de socialización, se incluye el consumo de bebidas alcohólicas.

Resultados:

Se identificó una asociación directa entre el consumo con riesgo o peligroso (calificaciones ámbar y roja en la escala de AUDIT) y la respuesta obtenida en la muestra encuestada a la pregunta de: ¿Con qué frecuencia te emborrachas cuando tomas bebidas alcohólicas?

Este resultado señala que en la mitad de los identificados como consumidores peligrosos (rojo), la intención al tomar bebidas alcohólicas es llegar a la intoxicación, sin embargo en la mayor parte de los encuestados (niveles verdes y ámbar), la meta no es emborracharse.

CONSUMO EN EXCESO Y CONSECUENCIAS

¿Qué experiencias desagradables has tenido por beber en exceso?	Verde	Ámbar	Rojo	Total*
	%	%	%	%
Sí, accidentes de automóvil o físicos	2.0	4.5	14.6	3.2
No, nunca	69.6	36.4	17.1	60.2
Sí, pleitos	4.4	10.2	22.0	5.8
Sí, "Cruda"	19.6	42.8	53.7	23.5
Sí, relaciones sexuales no deseadas	1.2	3.5	7.3	1.9
Sí, me he sentido con culpa	4.2	6.4	4.9	4.5
Enfermarte	7.0	13.5	26.8	8.0
Dejar de ir a la escuela o al trabajo	4.2	12.3	22.0	6.1
Problemas legales	1.0	3.1	7.3	1.5
Problemas familiares	4.5	11.1	12.2	6.0
Problemas sociales	2.4	5.4	12.2	3.2

* Los porcentajes no suman 100 por haberse eliminado algunas de las respuestas

Algunos estudios han señalado la asociación directa entre el grado de ingesta de bebidas alcohólicas y la probabilidad de presentar problemas agudos, tanto de salud como de índole social.

Resultados:

En la pregunta ¿Qué experiencias desagradables has tenido por beber en exceso? es significativa la asociación encontrada entre los niveles de riesgo identificados en relación al consumo con abuso (ámbar y rojo) y la manifestación de problemas de salud, psíquicos, familiares, laborales, escolares, sociales, legales y aún sexuales.

Estos hallazgos son también compatibles con los señalados en diversos estudios nacionales e internacionales que refieren la relación entre el abuso y el mayor porcentaje de todo tipo de problemas, mismos que se inician en la edad adolescente y que son un predictor de la aparición de problemas más graves, como accidentes incapacitantes o fatales; embarazos inesperados; enfermedades de transmisión sexual y SIDA; deserción escolar; victimización por parte de delincuentes o de supuestas autoridades; violencia y desintegración familiar, gastos de impartición de justicia y de reposición de daños materiales, etc..

Igualmente, la evolución del consumo con abuso en edades cada vez más tempranas, aumenta el riesgo del establecimiento de conductas adictivas (problemas de alcoholismo y dependencia a otras drogas).

CONCLUSIONES

Las encuestas nacionales sobre consumo de bebidas alcohólicas señalan las características de ingesta y frecuencia de grandes grupos poblacionales, pero difícilmente centran su atención en grupos específicos.

Es interesante el hecho de identificar con mayor grado de precisión las características de consumo de un grupo de particular relevancia como el encuestado en el evento Espacio 99. Esta población es la que tiene mayor accesibilidad al consumo por pertenecer a un estrato de alto nivel de ingresos y de educación, tanto en lo personal como en el grupo social al que pertenece.

Los resultados muestran que existe un bajo nivel de conocimientos acerca de los efectos biológicos, psicológicos y sociales del consumo y del abuso en el consumo de bebidas alcohólicas.

Apuntan también que características como: falta de asertividad, baja autoestima, mal uso del tiempo libre, deficiencia en la percepción del riesgo, inadecuada planeación de un proyecto de vida, se vinculan directamente al consumo con riesgo o francamente peligroso a pesar de que se hayan tenido experiencias negativas anteriores por abuso en el consumo.

Destaca el consumo preferencial de la cerveza, de la cual, su percepción como una bebida alcohólica es baja, siendo esto un factor que puede contribuir al consumo con riesgo que deberá de validarse con estudios específicos.

Los resultados en general avalan la integración de los temas considerados en el Programa TIPPS para impulsar el desarrollo de estilos de vida saludables entre la población joven.

NOTA METODOLÓGICA

Se utilizó la Prueba Rápida de la Escala AUDIT (The alcohol use disorders identification test) ^(18,19), desarrollada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para identificar frecuencia en el consumo de alcohol, cantidad de consumo por ocasión y abuso en el consumo; con este instrumento, mediante la metáfora del semáforo, se identifican los siguientes niveles de riesgo:

- Luz Roja: se tienen problemas y se requiere de ayuda especializada
- Luz Ámbar: en riesgo, se requiere de apoyo por su forma de beber a fin de volver a la luz verde
- Luz Verde: sin riesgo, no se consumen bebidas alcohólicas o se bebe moderadamente



La totalidad de los reactivos de la encuesta fue comparada contra estos niveles de riesgo identificados en cada individuo encuestado.

El análisis de los datos se realizó utilizando el paquete estadístico SPSS v. 7.5.2S (SPSS Inc. 1997)

REFLEXIONES

Diversas investigaciones señalan el incremento de patologías vinculadas al abuso en el consumo de bebidas alcohólicas, por ejemplo: la cirrosis hepática, los accidentes, traumatismos, violencias, síndrome alcohólico fetal etc.

Existen señalamientos fundamentados sobre el vínculo del abuso en el consumo y problemas bio-psico-sociales, como son: familiares, escolares, laborales, legales y económicos. La suma de esta problemática repercute en altos costos para los sistemas de salud y de impartición de justicia, que la sociedad en su conjunto cada día está menos dispuesta a sufragar.

Lo anterior, entre muchas otras premisas, justifica que la industria productora de bebidas con contenido alcohólico, a través del sustento de una institución académica, ética y probada, evalúe, apoye y desarrolle protocolos de investigación que identifiquen con precisión el vínculo entre el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas y la presencia o aparición de problemas sociales y de salud .

De esta manera, se hará patente que la industria asume su responsabilidad llevando a cabo acciones de investigación, prevención y difusión para concientizar a la sociedad de que el consumo sin abuso de sus productos, cuando se integra en una cultura de responsabilidad, tiene incluso efectos benéficos en la salud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- Medina-Mora, M.E., Carreño, S. and De la Fuente, J.R. Experience with the Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT) in Mexico. Recent Developments in Alcoholism, Volume 14: The consequences of alcoholism, Galanter Plenum Press, New York, 1998. Pp 383-396
- 2.- INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares. México.1993
- 3.- Dirección General de Epidemiología.I.M.P. Sistema Nacional de Encuestas de Salud. Encuesta Nacional de Adicciones. Tomo II Alcohol. México. 1990
- 4.- Dirección General de Epidemiología Secretaría de Salud. Encuesta Nacional de Adicciones. Tomo I. Alcohol. México. 1993
- 5.- Aguilar, Kubli. Asertividad. Se tú mismo sin sentirte culpable. Pax. México.1987
- 6.- Alberoni, Francisco. Valores. Gedisa. España. 1994
- 7.- Pliego B., María. Valores y autoeducación. Minos. México. 1997
- 8.- Pliego B., María. Los valores y la familia. Minos. México.1998
- 9.- Fernando Savater. Ética para amador. Ariel. México. 1997
- 10.- Berruecos V, Luis, Castro S., Díaz L., Medina M. Curso básico sobre adicciones. Centro Contra las Adicciones (CENCA), Fundación “Ama la Vida”, I.A.P. 1994
- 11.- Sistema Cíclico Argé para la formación de valores humanos (Éticos). Liceo de Humanidades Argé. México. 1993
- 12.- Munne, Frederick. Sociología del tiempo libre. Trillas. México. 1989
- 13.- Leit, Joseph. Tiempo Libre y Tiempo para uno mismo. Un reto educativo y cultural. Narcea. 1992
- 14.- Pick, Susan. Planeando tu vida. Ariel Escolar, México

- 15.- Branden, Nathaniel. Cómo mejorar su autoestima. Paidós. México. 1997
- 16.- Branden, Nathaniel. Los seis pilares de la autoestima. Paidós. México. 1997
- 17.- Beber de Tierra Generosa. Ciencia de las Bebidas Alcohólicas en México. Tomos 1 y 2. FISAC. México. 1998
- 18.- World Health Organization. AUDIT. The Alcohol Use Disorders Identification Test: Guidelines for use in primary health care. WHO. 1992
- 19.- Medina-Mora ME., Ortíz A., Carreño S., Velez A., Fauske. (1996): Evaluation of the adaptation of the ILO/WHO Model program for the prevention of abuse of alcohol and other drugs by workers in a sample of Mexican workers. International Labor Office, United Nations Drug Control Program. World Health Organization. Secretaría de Salud, Consejo Nacional contra las Adicciones and Instituto Mexicano de Psiquiatría, Mexico.