

**EL LICOR COMO OBJETO SIMBOLICO EN LA MEDIACIÓN DE LAS
INTERACCIONES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER
SEMESTRE DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE –
PALMIRA**

**ANDRES FELIPE MATTA QUINTERO.
MONICA YOHANNA VARGAS SEGURA.**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE PALMIRA
INSTITUTO DE PSICOLOGIA**

2010

**EL LICOR COMO OBJETO SIMBOLICO EN LA MEDIACIÓN DE LAS
INTERACCIONES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER
SEMESTRE DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE –
PALMIRA**

ANDRES FELIPE MATTA QUINTERO.

MONICA YOHANNA VARGAS SEGURA.

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar
al título de Psicólogos**

DIRECTOR: JOHN GREGORY BELALCAZAR

PSICOLOGO

UNIVERSIDAD DEL VALLE PALMIRA

INSTITUTO DE PSICOLOGIA

2010

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION.....	5
2. JUSTIFICACIÓN.....	10
3. PROBLEMA.....	13
4. OBJETIVOS.....	17
4.1. Objetivos Especifico.....	17
4.2. Objetivo General.....	17
5. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	18
6. MARCO CONCEPTUAL.....	23
6.1. Psicología Social.....	23
6.2. Interaccionismo Simbólico.....	24
6.3. Noción de Juventud.....	27
6.4. Consumo de Licor.....	29
6.4.1. Consumo excesivo episódico.....	29
6.4.2. Medición de los patrones de consumo.....	29
7. METODOLOGIA.....	31
7.1. Enfoque Hermenéutico.....	31
7.2. Diseño de Investigación Cualitativa.....	32
7.3. Tipo de Investigación Interaccionismo Simbólico.....	33
7.4. Población.....	35
7.5. Instrumentos y Técnicas.....	35

7.5.1. Instrumentos.....	35
7.5.1. 1. Observación Participante.....	36
7.5.1.2. Entrevista en profundidad	36
7.5.1.3. Sondeo.....	37
7.5.1.4. Grupo Focal.....	39
7.5.2. Técnicas.....	39
7.5.2.1. Análisis de Contenido.....	39
7.5.2.2. La Codificación.....	40
7.5.2.3. Unidades de Registro y Contexto.....	41
7.5.2.4. Análisis del Discurso.....	43
7.7. Diagrama de la Estrategia Metodológica.....	45
7.8. Cronograma de actividades.....	46
8. DISCUSIÒN Y ANALISIS.....	47
9. CONCLUSIONES.....	89
10. RECOMENDACIONES.....	91
11. BIBLIOGRAFIA.....	92

INDICE DE TABLAS

7.6. TABLA DE CATEGORIAS DE ANALISIS.....	44
--	-----------

INDICE DE ANEXOS

1. FORMATO DE OBSERVACIÓN FIESTAS DE PRIMÍPAROS.....	97
2. FORMATO ENCUESTA	98
3. FORMATO ENCUESTA # 2	101
4. REJILLA DE OBSERVACION FIESTA DE PRIMÍPAROS (FEBRERO	102
- JULIO 2010).....	
5. FOTOS OBSERVACIÓN FIESTA DE PRIMÍPAROS.....	104
6. ENTREVISTA	109
7. PRIMER SONDEO.....	120
8. SEGUNDO SONDEO.....	157
9. GRUPO FOCAL.....	161

**EL LICOR COMO OBJETO SIMBOLICO EN LA MEDIACIÓN DE LAS
INTERACCIONES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER
SEMESTRE DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE –
PALMIRA**

Presentado por:

ANDRES FELIPE MATTA QUINTERO.

MONICA YOHANNA VARGAS SEGURA.

Prof. JOHN GREGORY BELALCAZAR
Director

APROBADA POR:

Prof. Mónica López
Jurado

Prof. Julio Cesar Rubio
Jurado

UNIVERSIDAD DEL VALLE PALMIRA

INSTITUTO DE PSICOLOGIA

2010

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por ser el facilitador de otorgarme todas las condiciones y bendiciones que me proporcionaron la posibilidad de alcanzar mi profesionalización, también le ofrezco todos estos esfuerzos a mi familia abuelos, padres, tíos, suegros, y en general toda mi familia y la de mi esposa, especialmente se lo dedico a mi esposa y a mi hijo, que con su amor, ayuda, paciencia y confianza, procuraron en todo momento hacer de esta culminación una realidad y de esta manera lograr alcanzar mis metas y propósitos.

Andrés Felipe Matta

Dedico mi tesis a las fuentes inspiradoras de todos mis esfuerzos: A mis padres, esposo, a mis tíos y en general a toda mi familia por su ayuda incondicional y comprensión; a mí especialmente a mi hijo que fue el motivador para la consecución de mis metas y logros.

Monica Yohanna Vargas

AGRADECIMIENTO

Primero que todo le damos gracia a Dios Todo Poderoso por permitirnos culminar este proceso tan importante en nuestras vidas, gracias a nuestros padres que siempre procuraron hacer de nosotros personas con valores y de bien, al igual a nuestro hijo, quien fue el mayor impulso para salir adelante con nuestra carrera profesional; en consecuencia, la ayuda fue incondicional hasta cumplir con lo que se propusieron, vernos con un título que sería como la llave para abrir la puerta del campo profesional; ahora depende de nosotros transitar por ese campo dando todo lo mejor, para así hacer quedar bien no sólo a nuestros padres, nuestro hijo y a la familia, sino también a todos y cada uno de los prestigiosos maestros que tuvimos en nuestra alma mater la Universidad del Valle.

Gracias a nuestro Director de Tesis, John Gregory Belalcázar, quien con su sabiduría, conocimientos y paciencia nos guió de la mejor forma, por lo cual jamás olvidaremos que su serenidad y fortaleza nos reanimó a seguir adelante y de esta forma dar mucho más de lo que creíamos posible dar.

ABSTRAC

En el presente documento se buscó describir de manera cualitativa como es que los jóvenes estudiantes de 1er semestre de psicología de la Universidad del Valle interactúan socialmente alrededor del consumo de licor, a nivel metodológico se realizó la recolección de la información mediante un la aplicación de sondeos de consumo, una entrevista semiestructurada, una observación participante y un grupo focal. En cuanto al tratamiento de la información obtenida se acudió a la técnica del análisis de contenido, y en cuanto al análisis de la información se apeló al análisis del discurso.

Y efectivamente se encontraron factores que los impulsa a consumir, seguidos por la importancia que ellos le dan a este consumo, y por último, se identificó la interacción social de los jóvenes entorno al consumo de licor, profundizándose en la revisión de la simbología presente en la dimensión social de la interacción de los jóvenes alrededor del consumo de licor, por medio de la determinación y ubicación de sus imaginarios y expectativas propias, y la delimitación de los grupos sociales en los que se encuentran inscritos y con los que desarrollan dichas actividades.

1.- INTRODUCCIÓN

Desde tiempos antiguos el consumo de alcohol étlico en presentación de licor, ha sido practicado por las personas como modificador del estado de conciencia, en un inicio como elemento ritual y posteriormente como un anestésico en la medicina, teniendo en cuenta el carácter que se le otorga al alcohol en el contexto actual, donde él licor, es legal y se acepta su consumo socialmente en cantidades moderadas; es por esto que es importante no apelar al consumo de licor¹, ya que este puede producir serios trastornos físicos, psicológicos y sociales, que resultan afectando seriamente el desempeño en las actividades personales, familiares y laborales de las personas.

Las investigaciones médicas han demostrado que el abuso prolongado del licor causa enfermedades del hígado como la cirrosis y la hepatitis, además de pérdida de la memoria, úlceras, anemia, coagulación defectuosa, deterioro de la función sexual, mal nutrición, depresión, cáncer y hasta daño cerebral. Pero desde la perspectiva de la salud pública, el mayor impacto proviene del consumo ocasional de alto riesgo de quienes suelen beber poco o moderadamente. Organización Panamericana de la Salud (OPS).

(Monteiro, 2007) señala que *"los homicidios, los accidentes de tránsito, los suicidios, las conductas violentas, la violencia doméstica, el abuso o el maltrato de niños y la negligencia ocurren en ocasiones en que se ha bebido mucho, pero la mayoría de esas personas no son alcohólicas"*. Organización Panamericana de la Salud (OPS). (p. 6).

¹ Se decidió utilizar en el texto la palabra Consumo de Licor en lugar de Consumo de alcohol, ya que esta palabra según el sondeo genera menos resistencia dado que es más utilizada en el cotidiano.

La presente investigación se realizó basada en una población estudiantil universitaria, que comprendió a personas jóvenes las cuales consumen licor, por tal motivo el presente estudio se propuso indagar, al interior de esta práctica en un primer momento caracterizar el consumo de licor de los estudiantes, lo cual llevo a delimitar la población y ofreció una valiosa información acerca de las preferencias asociadas al consumo, también se obtuvo información acerca de la frecuencia con la que consumen y las implicaciones del consumo de licor en la modificación del comportamiento. En un segundo lugar se determinó el cómo se interactúa socialmente bajo el efecto del licor los jóvenes estudiantes del programa de psicología, objetivo con el cual se buscó encontrar y ubicar el lugar que se le otorga al consumo de licor por cuenta de los estudiantes en su imaginario.

En el presente documento se buscó describir de manera cualitativa como es que los jóvenes estudiantes de 1er semestre de psicología de la Universidad del Valle interactúan socialmente alrededor del consumo de licor, mediante establecer como los diferentes entornos sociales en los que se mueven las personas (familiar, colegial, universitario, publicitario), para comprender como estos ámbitos propician o regulan el consumo de licor, también se pretendió caracterizar el consumo de licor de estos estudiantes reconociendo los rituales que se elaboran a través de la bebida alcohólica y que determinan el tipo de interacción, lo anterior con el fin de identificar el sentido de capacidad de situación o de auto frente a la práctica del consumo de bebidas alcohólicas.

Los instrumentos de recolección de la información utilizados en este estudio, van desde una encuesta de sondeo de consumo, entrevista semiestructurada, realizar

observación participante y grupo focal. En cuanto al tratamiento de la información obtenida se acudió a la técnica del análisis de contenido la cual nos permitió codificar objetiva y categorialmente los significados expresados en el lenguaje de las personas entrevistadas, y en cuanto al análisis de la información se apelo al análisis del discurso, técnica que nos ofreció toda su flexibilidad para movernos entre los contenidos presentes en el discurso de los estudiantes.

Y efectivamente se encontraron factores que los impulsa a consumir, seguidos por la importancia que ellos le dan a este consumo, y por último, se identifico la interacción social de los jóvenes entorno al consumo de licor, profundizándose en la revisión de la dimensión social de la interacción de los jóvenes alrededor del consumo de licor por medio de la determinación y ubicación de sus actividades extracurriculares, la delimitación de los grupos sociales en los que se encuentran inscritos y con los que desarrollan dichas actividades.

Teniendo en cuenta las pretensiones de esta investigación, se optó por apelar a la perspectiva que ofrece la psicología social, campo que presenta la perspectiva teórica del Interaccionismo simbólico, donde la experiencia es observada desde el carácter comunitario de la sociedad, dada su importancia para el orden social, la psicología social, permite un ángulo de acercamiento a la experiencia basado en la posición del individuo, pero afirmando que pertenece a esa experiencia debido a que dicho individuo se encuentra incluido en un orden social o estructural. Desde el punto de vista del autor George Mead. (1972), quien sustenta que el significado es un producto social, una creación que emana de y a través de las actividades de los individuos a medida que estos

interactúan, también indica que el significado atribuido por la persona a los objetos, surge fundamentalmente del modo en que estos le han sido definidos por aquellos con quienes interactúa.

Es por lo anterior que en este estudio fue importante retomar las posibilidades de hacer investigación ofrecidas por la psicología social, con el fin de entender para posteriormente describir un fenómeno social como lo es el del consumo de licor, para tal efecto se apeló a un diseño de investigación de carácter cualitativo, y se indagó en la realidad social del grupo de estudiantes y las interacciones al interior del mismo.

En cuanto a la lectura de esta realidad social, se retomó el enfoque hermenéutico, ya que siendo la hermenéutica la ciencia y arte de la interpretación, la cual inicialmente se ocupó de comprender textos; es decir, desconstruirlos para estudiarlos o colocarlos en contextos respectivos. Pero actualmente y a lo largo de un extenso desarrollo teórico y metodológico, ya no se limita a los textos escritos, hablados o actuados: y ha pasado a constituirse en un valioso referente para comprender, todos y cada uno de los lenguajes del mundo (la realidad como texto), cultural, arqueológico, social, psicológico, etc. A partir del lenguaje simbólico. López. J. (2005).

Teniendo en cuenta el anterior párrafo donde se hace referencia a la necesidad de un enfoque hermenéutico y en el cierre se hace un especial énfasis la aseveración “lenguaje simbólico”, la cual ya de por si representa una redundancia teórica en cuanto a la esencia simbólica del lenguaje, ¿acaso existe un lenguaje por fuera de lo simbólico?, precisamos realizar este acento en lo simbólico con el fin de resaltar la intención primordial de esta investigación la cual es describir los tipos de importancia que posee el

licor en las interacciones sociales de los estudiantes, y para tal efecto se debió entender y rescatar los significados y el bagaje simbólico que acompaña a los estudiantes con relación al consumo de licor, elementos los cuales fueron referidos y comunicados en forma de datos brutos a través del “lenguaje” para en ultimas ser plasmados en el presente documento mediante una descripción objetiva y analítica de la problemática que nos ocupó.

2.- JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se centró en una problemática de carácter público y social como es el consumo de licor en jóvenes estudiantes.

Para el sector salud de Estados Unidos define como alcoholismo, el padecimiento que poseen las personas que abusan del consumo de licor, por otra parte la Organización Mundial de la Salud (OMS) denomina le denomina como "*dependencia del alcohol*", y recomienda que las personas afectadas por este, deban buscar tratamiento. Pero quienes ocasionalmente abusan de la bebida y puede sufrir problemas de salud mental y física un patrón que la OMS describe como "*uso perjudicial*" deberían reducir el consumo antes de que los lleve a la dependencia.

Pero el punto de partida, según Monteiro (2007), Citado por la (OPS), es que las buenas políticas de salud pública deben estar orientadas hacia la prevención de las intoxicaciones. Y la mejor manera de hacerlo es disminuir el consumo. "*Lo que se ha comprobado una y otra vez en los países industrializados, y cada vez más en los que están en vías de desarrollo, es que es necesario reducir el consumo total de alcohol de la población*" Pág. 23.

Aunque se considere el uso de estas sustancias una decisión individual es importante resaltar que teniendo en cuenta los problemas asociados al uso de sustancias psicoactivas el consumo de estas es considerado una epidemia mundial por la OMS, siendo el licor una de las Sustancias Psicoactivas (SPA) poseedora de unas características esenciales como lo son la práctica social del consumo del mismo desde

tiempos antiguos, además de su consumo de al interior de un marco de legalidad que lo facilita y fomenta a nivel cultural, sin importar las consecuencias negativas que trae consigo el consumo de licor, estas situaciones reforzaron nuestro interés en ofrecer un grano de arena desde nuestra formación profesional que conlleven al desarrollo de beneficios para nuestra comunidad universitaria como lo es la obtención de datos relevantes y objetivos acerca del consumo de licor a nivel universitario.

Por otra parte a nivel académico se presento en el desarrollo de esta investigación una forma diferente de revisar una problemática que casi siempre se ha examinado desde el paradigma cuantitativo, dejando de lado el análisis psicosocial de este fenómeno, siendo precisamente estas dimensiones como lo son el carácter psicológico y la influencia social las que determinan el consumo de licor en nuestra cultura.

Y es precisamente por la necesidad de la obtención de datos objetivos que atendieran a la realidad social del fenómeno abordado en la presente investigación, es que se adelanto la aplicación de diferentes técnicas de recolección de información las cuales se cruzaron, con el fin ofrecer un alto grado de validez de la información, debido a la diversidad de instrumento de recolección de información también en igual volumen se obtuvieron gran cantidad de datos, los cuales jugaron en doble sentido ya que al tener mucha información no se sufre por la falta de hallazgos, pero si se complica el cruce y manejo de los mismos lo que nos llevo a plantearnos la necesidad de crear un método para tal fin, el cual nos arrojó la construcción de una matriz de cruce de categorías, graficas y los datos consignadas en los instrumentos, dicha matriz que artesanalmente se materializo en plotter viene a ofrecer a nivel académico un importante referente de

sistematización, manejo e interpretación de resultados cualitativos, permitiéndonos la posibilidad de trabajar con los datos de manera holística, facilitando la realización de una análisis global de las categorías en los diferentes instrumentos, evitando así segmentar los resultados y por ende la discusión y análisis.

En esta investigación un valor agregado que posee es la característica de ofrecer un entendimiento holístico que revisa la problemática abordada desde diferentes dimensiones del ser humano, profundizando en la búsqueda y encuentro de regularidades en cuanto a los contenidos simbólicos del consumo de licor en jóvenes estudiantes, para así poder entregar un análisis que corresponda efectivamente un descripción veras del fenómeno social abordado en este trabajo de grado.

A nivel práctico se espera que a partir de la información obtenida se facilite el diseño y realización de programas de promoción, prevención y/o intervención de dicha problemática, que atiendan de manera efectiva e integral a los afectados por este consumo. También se ofrece la información para que sea retomada por investigadores en estudios posteriores que pretendan profundizar en este aspecto en nuestro contexto específico.

3.- PROBLEMA

El consumo de licor no es algo nuevo ya que desde la antigüedad y en diferentes culturas aparece reseñado de alguna forma el consumo del licor, al examinar la historia de la humanidad, se dice que en Canaán y palestina, se encuentran textos de 1400 años A.C. Alusivos a banquetes donde abundaba el vino y actos de veneración a deidades adoradas como los dioses del consumo de bebidas embriagantes. Ospina. L. (2002).

En especial las bebidas alcohólicas, se han asociado a encuentros o reuniones familiares, así como ceremonias y rituales, que favorecen la integración de las personas y las relaciones que se establecen en estos ámbitos particulares. Podemos encontrar alusiones al consumo desmedido del licor incluso en los más grandes escritores de la tragedia, se ilustra ejemplarmente el caso de Eurípides cuando relata la “*locura alcohólica*”.

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) en la actualidad se considera que “*el consumo de bebidas alcohólicas en las reuniones sociales es frecuente en muchos lugares del mundo, pero también puede tener consecuencias sanitarias y sociales negativas relacionadas con sus propiedades tóxicas y la dependencia que puede producir.*” (p. 3).

Lo anterior nos lleva a reflexionar acerca de las implicaciones psicosociales y biológicas del consumo del alcohol.

A nivel nacional en cuanto a las estadísticas del consumo de licor, se tiene que en el estudio del consumo de sustancias psicoactivas en Colombia 1996, dentro de la

población universitaria se había incidido en el consumo de bebidas alcohólicas en el último año en un 76% de la población encuestada, siendo este el mayor porcentaje con relación a los otros niveles educativos encuestados. Los anteriores datos ubican a la población universitaria como el nivel educativo que presenta un mayor consumo de bebidas alcohólicas aunque se trata de un nivel que posee un número bajo de integrantes en comparación con los otros niveles educativos discriminados según variables sociodemográficas.

En este mismo estudio en cuanto a las características del consumo de bebidas alcohólicas, la primera razón para el consumo de dichas bebidas son las celebraciones familiares con 37%, y la segunda razón con un 26.3% es la presión por parte de los amigos. Consumo de sustancias Psicoactivas Colombia Rodríguez. E. (1996).

Teniendo en cuenta los riesgos que posee el alcohol para la salud y su carácter de aceptación social, se convierte en una problemática de algunas de las personas que componen la comunidad universitaria, en este sentido se han realizado estudios como el adelantado en Chile por Villarino & Vivanco (2005), titulado *Consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes universitarios*, donde se encontró que en la población estudiada prevalecían el consumo de alcohol y tranquilizantes con un mayor porcentaje que el de otras sustancias, en dicho estudio, se realizó una encuesta entre los estudiantes de una universidad de Chile destinada a establecer la magnitud y las características del consumo de 6 sustancias psicoactivas: alcohol, tranquilizantes, marihuana, anfetaminas, cocaína y alucinógenos. En dicho estudio los resultados arrojaron que *las sustancias consumidas más frecuentemente son alcohol y tranquilizantes: 60.9% y 35.1%*

respectivamente. De los cuales el 13,7% de los consumidores manifiesta complicaciones como consecuencia del consumo, preferentemente físicas y psíquicas.

Con los resultados del anterior estudio de consumo de sustancias psicoactivas al interior de una población estudiantil universitaria suramericana, se observa una gran incidencia del consumo de licor incluso por encima de SPA de carácter ilegal, lo que forja un interés especial hacia el consumo de licor debido a su alto nivel de aceptación por la población estudiantil universitaria.

Esta problemática como lo afirmamos de carácter social debe ser examinada desde el contexto educativo debido a que en este ámbito se podría determinar elementos y experiencias que configuren en la realidad de las personas el consumo de licor, su aceptación y su validación de esta práctica ante el grupo.

Es así que el problema del consumo de licor en el ámbito universitario debe ser entendido en toda su complejidad como un problema multidimensional, debiéndose esto al carácter y aceptación social de este en diferentes niveles de nuestra sociedad occidental.

Desde los anteriores planteamientos el consumo de licor se ha convertido en una problemática que va muchísimo más allá del porqué y para que se consume, dado que se considera para la presente investigación que las estadísticas a nivel nacional afirman que la población universitaria presenta un alto porcentaje de consumo licor, poseyendo una vital importancia el cómo es que esos jóvenes se encuentran consumiendo licor, y más específicamente cómo interactúan socialmente cuando consumen.

Partiendo de lo anteriormente explicitado surgió el siguiente interrogante.

¿Cómo es la interacción social de los jóvenes estudiantes de 1º semestre de psicología de la universidad del Valle - Palmira entorno al consumo de licor?

4.- OBJETIVOS

4.1.- Objetivo General

Describir los tipos de importancia que posee el licor en las interacciones sociales de los estudiantes de psicología de 1º semestres de la Universidad del Valle - Palmira.

4.2.- Objetivos Específicos

- © Identificar los entornos sociales de consumo de licor mediante el establecimiento del nivel de interacción propiciado por la mediación del licor.
- © Caracterizar el consumo de licor de estudiantes de primer semestre del programa de psicología de la Universidad del Valle Sede Palmira.
- © Reconocer los rituales que se elaboran a través de la bebida alcohólica y que determinan el tipo de interacción entre los estudiantes.
- © Identificar el sentido de capacidad de situación o de auto frente a la práctica del consumo de bebidas alcohólicas.

5.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Al abordar la problemática del consumo de licor en los jóvenes universitarios es importante conocer la posición que ha venido ocupando este en el desarrollo de la historia. Es por esto que el consumo de licor en los jóvenes merece especial atención ya que se trata de un fenómeno en el que en ocasiones se ha encontrado una importante participación de los jóvenes en el consumo del mismo.

A continuación se nombraran algunas investigaciones que se han realizado en área del consumo de alcohol y otras sustancias psicoactivas, que sirvieron de apoyo para el presente proyecto de investigación.

Como antecedente en un primer lugar presentamos un estudio de tipo descriptivo, determinado por un abordaje cualitativo en el cual se pretende comprender los significados que un grupo específico, como lo es el de las mujeres mexicanas le atribuyen al consumo de alcohol, Dicho estudio titula ***SURGE EN MI OTRA MUJER: SIGNIFICADOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL EN MUJERES MEXICANAS***. El referencial metodológico fue el estudio del caso, bajo la perspectiva teórica del Interaccionismo Simbólico. Participaron en este estudio 10 mujeres. Los datos fueron obtenidos mediante entrevista semi-estructurada. Las entrevistas fueron grabadas, transcritas, codificadas y categorizadas, tomando como referencia el análisis del contenido. Los resultados pusieron en evidencia que el alcohol “despertaba en ella” a otra persona que ellas querían ser; razón por la cual continuaban el patrón de consumo, cada vez en niveles más elevados. Bajo el Interaccionismo Simbólico se observó que el “yo” de estas mujeres se encontraba restringido por la demandas del cotidiano,

consolidando un yo que atendía más a las expectativas socio-culturales (mi) que las de la propia persona (el yo). El alcohol estimulaba la expresión de su “yo”, y descubrían que tenían otra persona dentro de sí, que no se manifestaba normalmente. Este estudio para la presente investigación fue de gran valor académico, ya que se fundamentó en el referente teórico del Interaccionismo simbólico para revisar la temática del consumo del alcohol en un grupo específico de personas, como lo es las mujeres de México, lo cual presenta gran congruencia con nuestro tema de investigación y referente teórico elegido para abordarlo, en cuanto al componente metodológico de este trabajo se apela a la interpretación de datos por medio del análisis de contenido y confirma la validez e importancia de las inferencias ofrecidas por este tipo de diseño metodológico.

En este sentido se contextualizará la variación de la significación y/o sentido común del consumo de licor se presenta como antecedente importante en cuanto al abordaje sociológico del desarrollo histórico del consumo del alcohol ofreciendo un marco de entendimiento en la presente propuesta de investigación de Sustancias Psicoactivas, tenemos la Tesis presentada por Liliana María Ospina Gracia, en la Universidad del Valle Cali (2002). El cual se titula ***El Consumo de Sustancias Psicoactivas: Prácticas y relaciones Sociales***. Este trabajo se realizó con el fin de investigar acerca de la problemática que subyace detrás del consumo de sustancias psicoactivas, el método utilizado para la realización de esta tesis es el usado en sociología como Etnográfico Exploratorio, el cual es el recomendado para adelantar investigaciones en lugares nutridos de gran diversidad y afluencia de personas.

Continuando con los trabajos que apelan a la referencia del Interaccionismo Simbólico, el cual es nuestro principal referente teórico, tenemos la tesis presentada por

Luz Adriana Sánchez 2007 Universidad Pontificia Bolivariana la cual al interior de su temática aborda a las ***Representaciones Sociales del Maltrato Infantil de las Madres Sustitutas del ICBF***, este documento nos muestra en su recorrido una investigación de carácter psicosocial con el objetivo de identificar las representaciones sociales del maltrato infantil de las madres sustitutas del ICBF, en cuanto al marco metodológico la investigación que se adelantó se caracteriza por ser de tipo descriptivo, poseedor de un diseño no experimental y con un modelo cualitativo con un apoyo cuantitativo, también se utilizó la entrevista semiestructurada y la encuesta.

Dentro de las investigaciones encontradas en esta tesis se encuentra la de Representaciones Sociales abordada desde tres fuentes teóricas muy importantes como lo es Moscovici, Jodelet y Elejabarrieta e Interaccionismo simbólico presentada desde la teoría de Bazilli y Stryker.

Por otra parte y atendiendo al factor estadístico del consumo de licor se trae a colación el *Informe Mundial de la Salud de 2002*, documento en el cual se expresa que entre las consecuencias del consumo de licor se tiene que este, causa el 4% de la carga de morbilidad, lo cual representa 58.3 millones de años de vida ajustados a la discapacidad (AVAD perdidos) y el 3.2% (1.8 millones) de todas las muertes del mundo en el año 2000. De entre los 26 factores de riesgo evaluados por la OMS, el alcohol fue el quinto factor de riesgo más importante en lo que respecta a muertes prematuras y discapacidades en el mundo.

Las anteriores cifras nos brindan un panorama del consumo de licor a nivel global, y es importante resaltar que desde este ángulo se observa un problema de alto

riesgo para la población, y deviene en importantes pérdidas de años de vida útiles para la construcción de la sociedad.

Por último, se reviso también el estudio de *Consumo de Sustancias Psicoactivas Colombia, (1996)*, el cual muestra unos resultados generales sobre consumo de sustancias psicoactivas, las cuales corresponden al segundo estudio nacional de la Dirección Nacional de Estupefacientes Con el Centro de Estudios e información en salud de la Fundación Santa Fe de Bogotá. Este estudio contemplo un modulo para cada una de las sustancias que producen adicción, e investigó los patrones de consumo tales como; la frecuencia e intensidad, edad de inicio, edad de abandono, el consumo, la percepción sobre algunos aspectos relacionados con el consumo y la relación del consumo con hechos violentos. La población objeto de estudio estaba conformada por personas entre los 12 y 60 años y la población estimada para el año de 1996 era de 25.607.598.

Estos estudios nos dan unos datos valiosos y unas estadísticas de salud pública en la que discrimina el consumo del alcohol en nuestro país y se discrimina según variables sociodemográficas, y específicamente se encuentran datos acerca del consumo de los diferentes niveles educativos del país

Como se observo a lo largo del apartado de antecedentes, se encuentra que lo común a todos estos documentos a parte de su pertinencia en lo referente a la temática que fue abordada en esta investigación; es su esencial carácter descriptivo de sus respectivas problemáticas además de presentar unos modelos prácticos del acercamiento de la teoría del interaccionismo simbólico al entendimiento del consumo de diferentes

sustancias psicoactivas como lo es la que nos ocupo en esta investigación el licor. Por otro lado también debido a un carácter cualitativo estas investigaciones nos ofrecieron importante referente metodológico donde se articulan técnicas de recolección de información, tratamiento y análisis de la misma, las cuales ayudaron a definir las que se utilizaron en el presente estudio. Y por último se revisaron y trajeron a colación el *Informe Mundial de la Salud del 2002*, y el estudio de ***Consumo de Sustancias Psicoactivas Colombia, (1996)***, ambos estudios de carácter cuantitativo que ilustran y ayudan conceptualizar con sus estadísticas las implicaciones y consecuencias funestas y negativas a nivel mundial en el caso del primero y en caso del segundo nos ilustro con cifras el nivel de consumo de licor en la población colombiana.

6.- MARCO CONCEPTUAL

En el presente marco de referencia es pertinente abordar las teorías que son de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo, por lo tanto iniciaremos con la explicación de lo que es la psicología social, que contextualizará y conceptualizará el campo de la psicología desde la cual se abordó nuestra temática de investigación. Seguido se discutirá la teoría de interaccionismo simbólico, la cual nos brinda un marco de entendimiento para abordar nuestro objeto de estudio, el cual es el consumo de licor en los jóvenes universitarios, se tratará también la conceptualización de juventud y consumo, donde se observan las complejidades sociales e individuales que se presentan en las personas al atravesar por esta etapa, y por último, se realizará una breve pero concisa revisión de lo que es alcohol y la historia de su consumo, con el fin de resaltar el papel que ha tenido en diferentes sociedades y lugares.

6.1. La Psicología Social

Al analizar la problemática del consumo de licor en estudiantes universitarios, se propone indagarlo desde el punto de vista que ofrece la Psicología Social, ya que esta disciplina se interesa por cómo los sentimientos, pensamientos y conductas están influidos y determinados por otras personas y por ciertos contextos sociales.

Continuando en este orden de ideas dentro de los intereses de la psicología social, Mead. G. (1972) propone que la psicología social se centra en el efecto que el grupo social ejerce en el afianzamiento de la experiencia y la conducta del individuo que hace parte de este, lo cual nos remite en nuestra investigación a cómo se organiza la interacción social de los individuos, de los jóvenes universitarios, a partir de las

experiencias previas de sus pares como las propias para la significación del consumo de licor en su interacción social.

Mead propone otro valor importante a rescatar de la psicología, es la capacidad propia de esta para abordar diferentes ámbitos de la realidad humana, tal es el caso de las ciencias sociales las cuales se hacen poseedoras de una importante cuota de valor psicológico, en cuanto el autor reconoce que las ciencias sociales se interesan en el ser humano, dado que Mead en el caso específico de la historia, la define como un biografía de la humanidad, compuesta por un compendio de diferentes biografías de individuos y, por ende, dichas ciencias develan una fase psicológica.

Para Moscovici, S. (1986). “La mayoría de los psicólogos sociales parecen centrar su atención a la siguiente tarea: comprender cómo y por qué los individuos piensan, sienten y se comportan como lo hacen, en situaciones que implican otras personas”. (p. 469).

Lo anterior, refiere a que la psicología social no se centra en un grupo o unidad si no en el individuo interactuando en sociedad, y su intención es comprender los comportamientos de las persona con su contexto social y cómo se desenvuelven en el.

6.2. Interaccionismo Simbólico

Mead. G, (1973) Pág. 193, en su obra *Espíritu, Persona y Sociedad*, postula el origen de la persona como, “*el proceso del cual surge la persona, es un proceso social que involucra la interacción de los individuos del grupo e involucra la preexistencia del grupo*”, este planteamiento lo va desarrollando y afirma acerca de la existencia de un

proceso del orden social en el que se crean las personas, dentro del cual se sucede la diferenciación, evolución y organización ulterior. Este autor refuerza el carácter social de sus planteamientos desafiándonos a pensar si un individuo aislado puede contener sentimientos o estados de conciencia similares a los vivenciados en la comunidad, simplemente por el hecho de existir por sí mismo como individuo. Lo anterior nos viene a corroborar la necesidad de la preexistencia de un grupo que comparta un conocimiento en el cual sus conductas sean mediadas por este sentido común, lo cual es acorde con los requerimientos de la presente investigación, en cuanto a la búsqueda de un entendimiento del cómo media el licor en las conductas de los jóvenes universitarios.

Es importante denotar que el autor presenta a la persona de carácter social como emergente cuando:

“la persona a que me he estado refiriendo surge cuando la conversación de gestos es incorporada a la conducta de la forma individual. Cuando esta conversación de gestos puede ser incorporada a la conducta del individuo, de modo que la actitud de otras formas pueda afectar al organismo y de modo que el organismo puede replicar con su gesto correspondiente y de tal manera provocar la actitud del otro en su propio proceso, entonces nace una persona”.

Mead. G, (1973). (p. 19).

En la anterior cita el autor nos explicita el carácter bidireccional de la interacción simbólica, en la cual los contenidos se confrontan desde el “Mi social” partiendo del “Yo subjetivo” y atravesando diferentes procesos cognitivos, como lo son el razonamiento y la moral para posteriormente hacer público lo que en un comienzo fue

privado para la persona al interior de su funcionamiento cognitivo, y es ahí, al hacerse público que la sociedad, grupo o otra persona acepta y refuerza o rechaza y repudia el contenido compartido.

Continuando en este orden de ideas el autor nos presenta que una de las mayores conquistas en el desarrollo social, se origina una reacción generalizada sobre determinado individuo u objeto en determinada circunstancia específica donde la comunidad actúa de una forma idéntica, siendo así cómo el autor afirma que se conforma una institución, este planteamiento en particular nos sirve de herramienta para explicar, en caso de que se llegue a encontrar, una constancia en la significación del consumo del alcohol en los jóvenes como práctica instituida.

Por otra parte Mead nos presenta el carácter flexible de lo social a partir de la mediación del Interaccionismo Simbólico, como se explicita en la siguiente cita

“No debemos olvidar esa otra capacidad, la de replicar a la comunidad e insistir en que cambie el gesto de la comunidad. Podemos reformar el orden de las cosas; podemos insistir que las normas de la comunidad sean mejores normas. No estamos simplemente obligados por la comunidad. Estamos dedicados a una conversación en la que lo que decidimos es escuchado por la comunidad, y en la cual la reacción de ésta está afectada por lo que tenemos que decir”. Mead. G, (1973). (p. 196).

Por otra parte Mead, en cuanto al carácter investigativo de la psicología, resalta el hecho de que ésta enfoca sus esfuerzos en develar las condiciones o factores en los cuales se inicia la experiencia del individuo, teniendo en cuenta esta experiencia como

un nivel inicial para que se genere la significación y/o conocimiento, de tal forma que dicha experiencia es facilitadora para el abordaje de la conducta, fin de dicha experiencia inicial. En este sentido, se puede ver cómo se articula la propuesta de Jodelet en cuanto a lo tratado en su texto acerca de la importancia de revisar los procesos psicológicos individuales que median para la obtención de un conocimiento de carácter eminentemente social.

Otro planteamiento de lo que es el Interaccionismo simbólico por parte de Sánchez y Rodríguez (1990) Citado por L. Sánchez (2007) los cuales reiteran que es una construcción de la realidad a partir de las experiencias y del significado que se le otorga a lo que lo rodea. La interacción simbólica consiste en la definición de significados compartidos de esta forma, la identidad del grupo se establece a partir de la construcción conjunta de significados.

Es así como se ha reconocido la importancia que tiene la psicología social desde el planteamiento del Interaccionismo simbólico, con la ideal de un sujeto ubicado, llegamos a la posición de la persona consiente de sí misma.

6.3. Noción de Juventud

Como los objetivos de nuestra investigación se basan en el consumo de licor en los estudiantes de 1º semestre de psicología de la universidad del valle - Palmira, los cuales la mayoría de ellos son jóvenes, cabe mencionar y destacar la juventud.

ERIKSON (1982; citado por HOFFMAN, P ARIS y HALL, 1996) Esta etapa es la de adultez joven, la cual dura entre 18 años hasta los 30 aproximadamente. Aquí

Erikson propuso que el desarrollo consiste en la resolución progresiva e inevitable de los conflictos entre las necesidades y las exigencias sociales.

Como se ha venido definiendo *“La juventud es una condición que se articula social y culturalmente en función de la edad como crédito energético y moratoria vital o como distancia frente a la muerte con la generación a la que pertenece”*. (Cerrano cita a Marquillis, 1996), cita de Gallego, Belalcázar y Alvarez. (2007). (p, 145).

Según el marco de ley de la juventud Colombiana se entiende como joven a toda aquella persona entre los 14 y 26 años de edad, esta ley legisla el derecho a la participación de este grupo poblacional consagrado en el artículo 45 de la constitución colombiana. Pero el al hablar de jóvenes no solo hablamos de la parte biológica sino también de sus realidades económicas y sociales que viven actualmente los jóvenes.

Según Melucci (2001) Citado por J. Gregory, A. Valencia, D. Lozano, J. Quintero, el cual argumenta que “la juventud ya no es una condición enteramente biológica, sino que también es cultural” es por esto que los jóvenes ya no se establecen por la cierta edad que posean, sino por la cultura, la cual les permite el desarrollo de la identidad y la interacción con otros jóvenes.

Retomamos la anterior posición expuesta debido a su carácter de joven como construcción social, donde es tenido en cuenta el aspecto cultural y de contexto que enmarca dicho concepto de joven. Desde dicha posición la noción de joven para la presente investigación dista de ser un mero umbral definido por una edad biológica para convertirse en un aspecto de carácter cultural y social.

6.4. Consumo de Licor

6.4.1. Consumo excesivo episódico

La consumo excesivo episódico, definido como cinco o más tragos estándar por ocasión (o por un periodo de dos horas) para el hombre, y cuatro o más tragos estándar para la mujer, es un patrón de uso de alcohol asociado con mayores daños físicos y emocionales, incluyendo violencia, accidentes, embarazos no planificados, sexo sin protección, ETS y VIH. Recientes análisis de la Encuesta 2004 de Adicciones de Canadá describieron que el 62% del consumo de alcohol ocurría en días en los que consumían cinco o más tragos los varones y cuatro o más tragos las mujeres. Para los jóvenes de entre 19 y 24 años, este porcentaje se elevó a casi 90%. En muchos países en vías de desarrollo de la Región, incluyendo México, Brasil, Perú, Bolivia, Uruguay, Costa Rica y Chile, el consumo excesivo episódico es particularmente elevado (beber más de cinco tragos en una sola ocasión), especialmente entre jóvenes.

6.4.2. Medición de los patrones de consumo

Se pueden estimar los patrones de consumo con base al riesgo asociado de daño. Un modelo de medición adoptado por la OMS, y utilizado en análisis previos, se basa en un rango de puntuaciones de 1 a 4, donde 4 representa el patrón masivo, reflejando altas frecuencias de ocasiones de ingesta intensa, beber entre comidas y en lugares públicos (Rehm et al. 2004; OMS 2004). Aunque muchos países aún no han realizado encuestas apropiadas en la población general sobre el consumo de licor y los patrones de consumo, informantes claves han proporcionado datos a la OMS que han sido utilizados para estimar el patrón típico de ingesta en un país, seguida por AMR B y D, que fueron

aproximadamente iguales, en poco más de tres. Esto confirma previas investigaciones, que demuestran que los patrones de ingesta son peores (puntuaciones de 3 y 4) en los países en vías de desarrollo, como los centroamericanos, en tanto que los países de América del Norte y el Caribe tienden a tener puntajes de patrones menos nocivos, de aproximadamente 2. Tanto la puntuación de los patrones de consumo, como el consumo no registrado de alcohol, juegan un papel significativo en la determinación de la mortalidad y carga atribuible al alcohol.

7.- METODOLOGIA

7.1. Enfoque Hermenéutico

Es importante tener en cuenta que los enfoques de investigación ofrecen, precisamente, puntos de vista o posiciones orientados por intereses teóricos, epistemológicos y metodológicos para poder acercarnos y debelar distintas áreas de la realidad social.

Para López, H (2002) *“El ser humano es un intérprete de la realidad que vive y construye a cada instante”*. Académicamente al trabajo interpretativo se le asigna el nombre de hermenéutica.

Los hermeneutas entienden su que hacer de forma específica como un proceso de reconstrucción psicológica, donde el lector (receptor), o interprete de un texto (mensaje), bien sea escrito o se encuentre implícito como la realidad social persigue encontrar el interés inicial del autor (emisor).

“De esta forma, se comprende que la hermenéutica implica, como enfoque de investigación, una labor a través de la cual el investigador busca comprender e interpretar un fenómeno o realidad en un contexto concreto.” Martínez (1989)
Citado por López, H. Pág. 75

Dentro de la hermenéutica se encuentra incluido el círculo hermenéutico, el cual como proceso interpretativo posee la finalidad implícita a su dinámica, que es la de

ofrecer en cada movimiento un estatus mayor de interpretación, pero nunca por fuera de sus contextos histórico ni social.

Para el presente trabajo es importante ubicarse en este enfoque de investigación dado que como se observa en el marco la representación y la significación implícita, que posee el consumo del alcohol como práctica, ha variado a lo largo del tiempo, de las diferentes culturas e incluso de persona a persona, pero dicho objeto de significación no ha variado en su esencia, en sí y es ahí que se presenta la intensión hermenéutica implícita de que para comprender e interpretar símbolos, se deben desarrollar métodos alternos a los que atienden a la causalidad, por ello se hace importante realizar una revisión del fenómeno del consumo del alcohol desde su contexto histórico, social y grupal específicamente, con el fin de obtener una explicación que intente profundizar en la problemática.

7.2. Diseño de Investigación Cualitativa

Al interior del enfoque hermenéutico se encuentran dos dimensiones investigativas de lo cualitativo, las cuales son la Sociocultural y la Discursiva, las cuales según López, H (2002) les confiere las siguientes características:

- 1. Apertura. Implica la posibilidad de incluir nuevos elementos dentro del diseño durante las fases del proceso investigativo.*
- 2. Flexibilidad. Permite modificar lo previsto en el diseño previo.*

3. *Sensibilidad estratégica. Dependiendo de los hallazgos al contactar la situación objeto de estudio, se puede plantear modificaciones que favorezcan la dinámica del proceso de investigación.*
4. *Referencialidad o no Prescriptividad. El diseño no se constituye en pauta de forzoso cumplimiento; es una referencia de trabajo. López, H. (2002). Pág. 103*

Como es bien conocido el enfoque cualitativo del estudio de la realidad ha sido, tradicionalmente, utilizado desde las ciencias sociales, debido a su capacidad de poder alcanzar la subjetividad de las personas a través del manejo objetivo de la semántica y precisamente en este trabajo se apelará a la dimensión investigativa discursiva del diseño cualitativo del enfoque hermenéutico, específicamente se optará debido a las características del estudio, por el tipo de investigación que se centra en el interaccionismo simbólico.

7.3. Tipo de Investigación

Interaccionismo Simbólico

Este tipo de investigación es ampliamente utilizado por la disciplina sociológica la cual se acuña bajo el nombre de cognición social, Según (Buendía, 1998), Citado por López, H. (2003). Este se deriva de la escuela de Chicago de los años 1920 y 1930. Su exponente clave es George Mead, pero es bajo el trabajo de Blumer que se populariza y recibe el término de interaccionismo simbólico en 1937.

Según López (2003), las principales características para esta investigación son

1. *El yo es considerado un reflejo del mundo social. Es producto de la interacción*
2. *El comportamiento humano depende del referente de significación que se tenga de las cosas y las personas. El intercambio social depende de los códigos establecidos como convención social.*
3. *En los procesos de interacción se comparten significados, y de esta forma se genera la realidad. El significado inicia la interacción y surge así mismo de las nuevas interacciones.*
4. *Los individuos recrean la realidad de forma permanente, debido al proceso dinámico de la relación simbólica. Existe una permanente retroalimentación del rol social que se desempeña. López, H. (2002). . Pág. 141.*

Partiendo de lo anterior, la investigación interaccionista simbólica, se fundamenta en entender la significación simbólica emergente en las interacciones que se atribuyen a diversas situaciones a lo largo del tiempo, como también involucra el aprendizaje del léxico para los partícipes, al interior de dicho lenguaje podemos ubicar el verbal, el no verbal y paraverbal, tal como los gestos, miradas, acciones, aspecto y todo aquello que pueda poseer implícito algún mensaje comunicativo, dichos elementos simbólicos se deben empalmar con las conductas observadas al interior de los fenómenos, en los que se presentan, dado que pueden modificarse entre sí y por efecto del tiempo, lo esperado es demostrar cómo emergen dichos significados a partir de la interacción.

7.4. POBLACIÓN

La población de investigación está conformada por los jóvenes estudiantes de 1º semestre de Psicología de la Universidad del Valle – Palmira, los cuales se encuentran en edades que oscilan entre los 17 y 25 años de edad.

7.5. INSTRUMENTOS Y TECNICAS

7.5.1. INSTRUMENTOS

Como instrumentos para la realización de esta investigación se utilizó como primera medida una observación participante donde se observó la fiesta de bienvenida a los primiparos, en la cual compartieron los estudiantes de todas las carreras de la universidad y su eje central era la bebida canelazo.

Como segunda medida se realizó una Entrevista semiestructurada a uno de los realizadores de esta bienvenida a los estudiantes de primer semestre.

Luego se realizó un sondeo a los estudiantes de psicología de 1º semestre los cuales son nuestra fuente de investigación, esta constó de una entrevista con preguntas abiertas, después se realizó un segundo sondeo para complementar el instrumento, ya que desde el interaccionismo simbólico se determina que si los datos no están completos se puede volver a la fuente y se puede realizar otro instrumento que complemente el anterior.

Por último se realizó un grupo focal donde se escogió aleatoriamente una población de estudiantes de psicología de 1º semestre, los que voluntariamente decidieron ayudarnos en el grupo.

7.5.1.1. Observación Participante

Es más que una técnica de investigación cualitativa es la base de la investigación etnográfica que nos permite comprender cualquier realidad social.

En la Observación Participante lo que se pretende es que el investigador se convierta el mismo en un “*nativo*” a través de la inmersión en la realidad social que analiza o, dicho de otro modo, lo que el investigador pretende es aprehender y vivir una vida cotidiana que le resulta ajena. Para ello se ocupa de observar, acompañar y compartir con los actores las rutinas típicas y diarias que conforman la experiencia humana. (Guasch). Citado por Robledo. M, (2009)

7.5.1.2. Entrevista en Profundidad

La técnica de recolección de Información propuesta para el presente proyecto, se trata de la Entrevista, la cual para Kerlinger, (1989). Esta técnica la cual se caracteriza por:

- Permitir recolectar información detallada por medio de una situación interpersonal
- La interacción cara a cara en la cual una persona, el entrevistado
- Poseer una serie de preguntas diseñadas para obtener respuestas pertinentes al problema que se investiga
- Posibilitar obtener información de mayor confiabilidad.

En la presente investigación se apelo a la entrevista en profundidad debido a la pertinencia que esta posee para coherencia teórica y metodología de nuestro trabajo, partiendo de los campos básicos de utilización de la entrevista en profundidad enumerados a continuación

1. Reconstrucciones de acciones pasadas: enfoques biográficos, archivos orales, análisis retrospectivo de la acción, etc.
2. Estudio de las representaciones sociales personalizadas: Sistemas de normas y valores asumidos, imágenes y creencias prejudiciales, códigos y estereotipos cristalizados, rutas y trayectorias vitales particulares, etc.
3. Entrevista de la interacción entre constituciones psicológicas personales y conductas sociales específicas: estudios, por ejemplo, sobre agresividad, violencia, las llamadas conductas desviadas, etc.
4. Prospección de campos semánticos, vocabulario y discursos arquetipos de grupos y colectivos. Delgado. J, Gutiérrez. J (1997).

7.5.1.3. El Sondeo

La importancia de la utilización del Sondeo en la presente investigación, se da ya que es una técnica que no solo se queda con las respuestas cerradas clásicas del instrumento encuesta, sino que también tiene la posibilidad que incluir otro tipo de preguntas como son las abiertas, las de escala de valoración donde se enriquece y ofrece unos datos valiosos para la realización de la investigación, debido a que dentro al bagaje del imaginario de las personas no solo se pueden incluir unas respuestas cerradas, si no

que fue muy importante y muy valioso lo que consignaron en las preguntas abiertas, lo cual escribieron y contestaron lo que pensaban y confirmaron y refutaron lo que estaban contestando en las anteriores preguntas, lo cual ofreció una importante validez a la información que se encontró.

El Sondeo maneja una metodología cuantitativa, y otras veces con una metodología mixta, que incorpora tanto aspectos cualitativos como cuantitativos.

(Manual de sondeos)

La Metodología Cualitativa es aquélla que se centra en las características de los objetos que estudia, es decir en sus cualidades, lo cual suele implicar trabajar con observaciones directas de la realidad, las palabras y discursos de las personas, con textos e imágenes.

La Metodología Cuantitativa trabaja con aspectos de la realidad que además de ser directamente observables son capaces de ser representados como números. Convierte toda observación directa sobre un fenómeno, en un número o un conjunto de ellos que lo representan, para luego trabajar con estos números en términos estadísticos.

Metodología Mixta toma ambos tipos de lógicas o niveles de representación de la realidad y los organiza bajo un diseño integrado que comprende las tareas, acciones y procedimientos de cada uno de ellos en distintos momentos, para luego construir la solución al problema planteado.

La utilización del sondeo en esta investigación fue a partir de la metodología mixta ya que el instrumento de sondeo se construyó con preguntas abiertas que pueden ser cuantificables y graficables, también posee preguntas de tipo cuestionario donde

aparte de elegir un ítem en particular se da la posibilidad de expresar abiertamente y justificar su elección atendiendo al carácter cualitativo del sondeo.

7.5.1.4. Grupo Focal

Es una técnica de “*levantamiento*” de información en estudios sociales. Su justificación y validación teórica se funda sobre un postulado básico, en el sentido de ser una representación colectiva a nivel micro de lo que sucede a nivel macro social, toda vez que en el discurso de los participantes, se generan imágenes, conceptos, lugares comunes, etc., de una comunidad o colectivo social.

En el presente trabajo se utilizó la técnica de grupo focal ya posee una modalidad de entrevista grupal abierta y estructurada, la cual procura que un grupo de individuos seleccionados por los investigadores discutan y elaboren, desde la experiencia personal, una temática o hecho social en el cual se basa el objeto de investigación, en este caso el consumo de licor.

7.5.2. TECNICAS

Las técnicas que se utilizaron en este trabajo son Análisis de contenido para la fase de diseño, recolección, sistematización y codificación de los datos y para la fase de análisis y discusión se apelara al Análisis del discurso.

7.5.2.1. Análisis de Contenido

De acuerdo con la definición clásica dada por Hernández, Fernández y Baptista, (1998), el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistémica y cuantitativa, por lo tanto entendemos éste como una

técnica que permite interpretar el contenido manifiesto de las comunicaciones/mensajes de manera objetiva.

Según Bardin, L (1986) el Análisis de Contenido aparece como un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes y su propósito está en la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción, con ayuda de indicadores cualitativos o cuantitativos de estos mensajes.

El Análisis de Contenido es un método con un marcado carácter empírico, ya que este depende del tipo de discurso en que se centre y del tipo de interpretación que se persiga, en éste no existen plantillas ya confeccionadas y listas para ser usadas, no se trata de un instrumento sino de un solo abanico útil caracterizado por una gran disparidad de formas y adaptable a un campo de aplicación muy extenso, como son las comunicaciones.

7.5.2.2. La Codificación

La codificación corresponde a una modificación efectuada según reglas precisas de los datos brutos del texto. Transformación que por descomposición, agregación y enumeración permite desembocar en una representación del contenido, o de su expresión, susceptible de ilustrar al analista sobre las características del texto que pueden servir de índice

La codificación es el proceso por el que los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permitan en unidades la descripción

precisa de las características pertinentes del contenido.

La organización de la codificación comprende tres apartados, en el caso de un análisis cuantitativo y categorial:

- La descomposición: elección de las unidades.
- La enumeración: elección de las reglas de recuento.
- La clasificación y agregación: elección de categorías.

7.5.2.3. Unidades de Registro y Contexto

Estas unidades deben responder de manera pertinente a las características del material o la pertinencia frente a los objetivos del análisis.

A) La unidad de Registro: esta unidad de registro corresponde al segmento de contenido que será necesario tener en cuenta como una unidad base para una posible categorización y al recuento frecuencial, estas unidades de análisis pueden ser de naturaleza y tamaño muy variables. Y cuenta con ciertas limitaciones que se dan a un nivel semántico.

Las unidades de registro más empleadas son

***La Palabra:** esta no tiene en la lingüística definición precisa, pero para los usuarios de la lingüística corresponde algo. Se puede tener en cuenta todas las palabras del texto o retener solo las palabras claves.

***El Tema:** es una unidad que comprende criterios relativos a la teoría que guía la

lectura. El texto puede ser descompuesto en ideas constituyentes, en enunciados y proposiciones portadores de significaciones aislables.

Para Berelson retomado por Bardin (1986) *“Es una afirmación sobre un sujeto. Es decir, una frase, o una frase compuesta, habitualmente una frase condensada, tras la que puede resultar afectado un vasto conjunto de formulaciones singulares”.* (p. 71).

El tema como unidad de registro corresponde a una regla de a una regla de descomposición, (pero del sentido más no de la forma), y no se da de una vez por todas, ya que la descomposición depende del nivel de análisis y no de las manifestaciones formales regladas.

***El Objeto o Referente:** Se refiere a contenidos específicos donde alrededor de este se establece el discurso.

Para la codificación de la información se utilizaron unas clasificaciones para la comodidad y facilidad de la realización del análisis y lectura por parte los jurados y demás.

Para la entrevista se utilizaron las siguientes codificaciones:

Respuesta: Respuesta por cada pregunta realizada.

En el primer sondeo se manejaron las siguientes codificaciones:

Sondeo1: Sondeo 1

Sujeto #: Sujeto al que se le realizó la encuesta según la numeración.

Respuesta: Respuesta

En el segundo sondeo se utilizaron las siguientes:

Sondeo 2: Sondeo 2

Respuesta: Respuesta

Y por último se manejo en el grupo focal la codificación siguiente:

Respuesta: Respuesta

Pregunta: Pregunta

Por cada pregunta hecha realizaron varias respuestas.

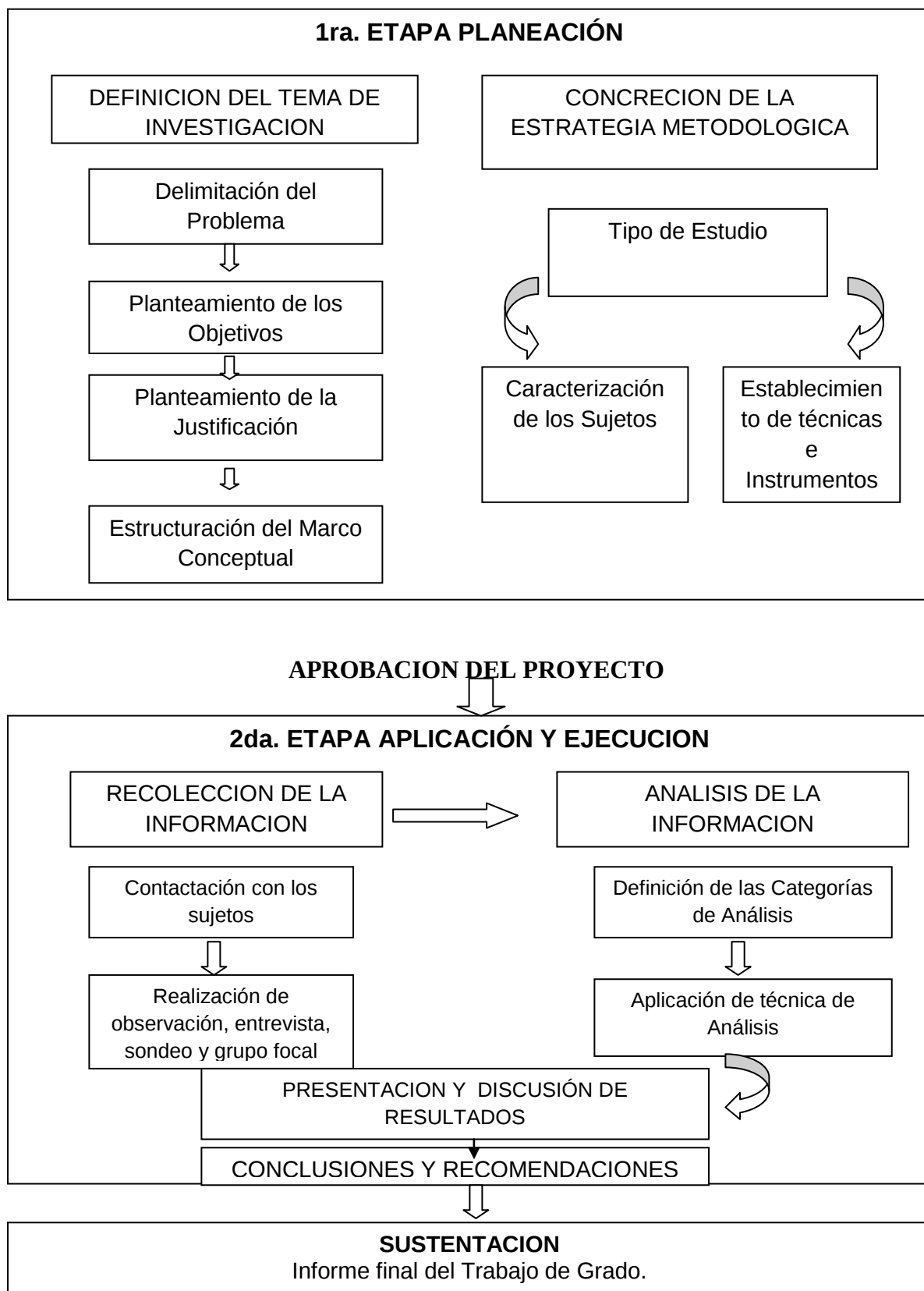
7.5.2.4. Análisis del discurso

Según Van Dijk (1992). El Análisis del Discurso está relacionado con las nociones de cultura y sociedad. A pesar de ser un marco complejo, podemos aquí, trascender el mero análisis de las combinaciones "*discursivas*" de la oraciones, la "*coherencia*", los "*actos de habla*", y los "*turnos conversacionales*" o los simples "*cambios de tópico*". Si bien es cierto que muchas de las propiedades de estas estructuras y estrategias poseen cierta autonomía y son libres de contexto, ellas interactúan con muchas de las propiedades de los contextos locales y sociales.

7.6 TABLA DE CATEGORIAS DE ANALISIS

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS
Determinar los tipos de importancia que posee el licor en las interacciones sociales de los estudiantes de psicología de 1º semestres de la Universidad del Valle - Palmira.	Identificar los entornos sociales de consumo de licor mediante el establecimiento del nivel de interacción propiciado por la mediación del licor.	I Entorno	1. Familiar
			2. Colegial
			3. Universitario
			4. Entorno Publicitario
		II sitios de consumo	5. Bar
			6. Cafetería
			7. Casa
			8. patio
			9. Cancha
			10. discoteca
	Caracterizar el consumo de licor de estudiantes de primer semestre del programa de psicología de la Universidad del Valle Sede Palmira.	III Practicas	11. Indicadores de consumo
			12. Escuchar Música
			13. “Celebrar”
			14 “desestresar”
			15. Reuniones Sociales
			16. Eventos
			17. Bailar
		IV Imaginarios	18. Consumo y Genero
			19. Problematicación del consumo
			20. Universidad mayor consumo
			21. Interacción
			22. Idealización de la Libertad
	Reconocer los rituales que se elaboran a través de la bebida alcohólica y que determinan el tipo de interacción entre los estudiantes.	V Rituales	23. Brindis
			24. Trago de animas
			25. Refranes
			26. Otros
		VI Referentes	27. Momentos
			28. Sensaciones
			29. Emociones
			30. Actividad
			31. Otros
	Identificar el sentido de capacidad de situación o de auto frente a la práctica del consumo de bebidas alcohólicas.	VII Autos	32. Autoconciencia
			33. Autocontrol

7.7. Diagrama de la Estrategia Metodológica.



7.8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PLANEACION												
Selección y definición del tema de Investigación			X									
Planteamiento del Problema de Investigación			X									
Objetivos de la Investigación.				X								
Planteamiento de la Justificación				X								
Marco Conceptual					X							
Diseño del Procedimiento y establecimiento del Cronograma						X						
Concreción de la Estrategia Metodológica: Tipo de Estudio, Caracterización de la Muestra y Definición de técnicas y procedimientos							X					
RECOLECCION DE LA INFORMACION												
Aprobación del proyecto							X				X	X
Diseño del Instrumento de Recolección	X	X										
Obtención de la Información		X	X	X	X							
ANÁLISIS Y CONCLUSIONES												
Análisis de la información					X	X						
Discusión de Resultados					X	X						
PRESENTACIÓN FINAL DEL TRABAJO JUNIO 2010												

CONVENCIONES	
Planeado	X
Ejecutado	

8. DISCUSIÓN Y ANALISIS

I. LOS ENTORNOS SOCIALES:

Con el fin de definir operacionalmente esta categoría, se propuso el concepto Entorno, desde el punto de vista social, entendiéndose este como aquel conglomerado de relaciones e interacciones al interior de diferentes grupos particulares, poseedores de unas características propias que facilitan o regulan el compartir significados, conductas, costumbres, etc. En esta categoría en especial se reviso a lo largo de los diferentes grupos social en los cuales se han desarrollado los individuos de este estudio como ha ido variando y cuál ha sido la carga simbólica que le han atribuido a la práctica del consumo del licor

Es por ello que se tiene como Subcategoría la concepción de familiar como el entorno social específico donde se interactúa con los diferentes miembros del grupo filial, por otra parte también se tiene la subcategoría de colegial, la cual se oriento a la revisión de las relaciones sociales mantenidas con el grupo de compañeros del colegio y su correspondencia con la problemática que se abordó en la presente investigación. También se propuso la subcategoría de universitario donde se estudiaron las interacciones con el grupo de compañeros universitarios y su relación con el consumo de licor. Por último en esta categoría de entorno se incorporo las subcategoría de entorno publicitario en el cual se varía en cuanto a las otras Subcategorías ya que no se revisa el nivel de interacción de determinado grupo social y su influencia en el consumo

de licor, si no que se apela a la apartado en el cual se define la categoría entorno y se retoma una característica esencial como lo es la de facilitar o regular el compartir significados a nivel cultural, revisándose así la influencia de la publicidad, televisiva, escrita, radial, etc., alusiva al consumo de licor y como esta determina el mismo.

En este apartado del análisis se realizó una revisión a los diferentes ámbitos sociales a los que se han encontrado los individuos expuestos a lo largo de su experiencia, y se estudio el efecto de la interacción con los diferentes grupos sociales presentes en estos entornos, determinándose cómo estos, han mediado en los estudiantes para la aparición y afianzamiento de la problemática que nos ocupa.

Para la revisión y estudio del entorno y su papel en la problemática del consumo de licor se consideraron cuatro ámbitos sociales como lo son; Familiar, Colegial, Universitario y Publicitario, en los cuales se reconoció la mediación que se le otorgo al consumo de licor en las interacciones con el grupo. A continuación se describen estos entornos.

1. Familiar

Es clave iniciar presentando este ámbito con la siguiente cita que recoge la dimensión o significado que este ámbito tiene para la validación del consumo de licor:

“Lo más importante es tomar con familia” (**Respuesta13, Sujeto #33**).

El contenido que ella expone: las enunciaciones “lo más importante es” y “tomar con familia” en la primera premisa permite reflexionar en su alcance, y su nivel de priorización en los individuos acerca de la práctica del consumo de licor y de su papel

mediador en las interacciones sociales de los estudiantes con sus grupos familiares, significando el consumo como un elemento de acercamiento, integración, confianza, afectividad, seguridad. Con la segunda afirmación se permite explicar a la práctica del consumo de licor, cargada de una significación que atiende a un cierto nivel de acercamiento que se podría tipificar de íntimo, dada la priorización del consumo y que este sea preferentemente con sus familiares. Lo anterior nos invita a pensar que el objeto en el cual se centra esta interacción se trate de una bebida y que esta sea un licor genera que este se cargue en este ámbito de diversos contenidos de carácter familiar o filial para los individuos, como lo son el acercamiento, comunicación, sistemas de normas, integración, confianza, afectividad, seguridad.

Esto se puede observar en la siguiente aseveración tomada del grupo focal “Es la confianza que los padres nos dan”, “Los papas a uno le dan libertad y uno por eso no puede sobrepasarse con la confianza que el papá y la mamá le han brindado a uno”, “Mi papá siempre tomaba en navidad, en fechas importantes y siempre nos enseñaron la responsabilidad, por a veces que yo estoy acá en la universidad tomando yo sé que tengo que tomar poquito porque tengo que llegar a la casa y no me puedo emborrachar, uno va aprendiendo”, “En las reuniones familiares yo he tomado, tomo como se dice pero uno se controla porque es consciente de la responsabilidad que tiene”, “En mi casa siempre se ha visto la cervecita y mis papas me han dado la confianza de tomar frente de ellos, pero por esa confianza yo no me voy a emborrachar”.

En las anteriores afirmaciones se vislumbra una significación de la situación de consumo de licor como una situación en la que se debe actuar, basándose en un nivel de responsabilidad que atiende de forma implícita a la confianza otorgada por el grupo

familiar como elemento socializador, en el que el ámbito familiar impone una carga de responsabilidad a esta práctica.

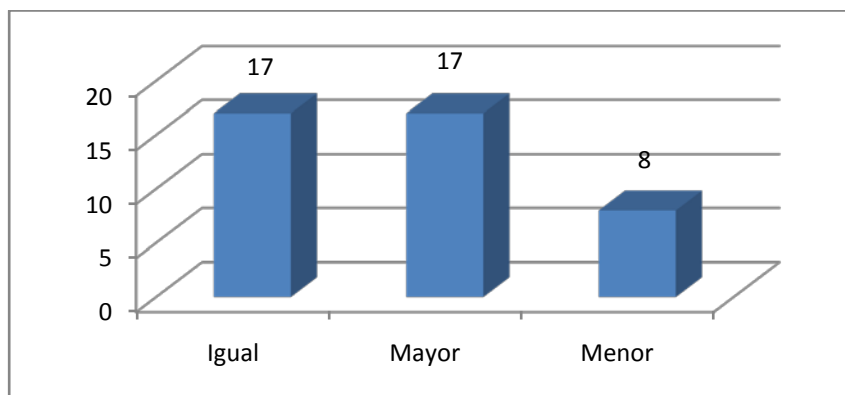
El anterior análisis se evidencia validado en la siguiente respuesta de la entrevista “que nadie te juzga por eso a excepción de la mamá que le diga usted es un borracho, pero la sociedad no te condena tan fuertemente, a menos que uno ya llegue demasiado hondo por consumir alcohol. **(Respuesta 15)**”, como se observa en esta enunciación se hace explícito la regulación y la mediación que ejerce el grupo familiar sobre la actividad del consumo del alcohol, siendo clave la palabras “nadie te juzga por eso a excepción de la mamá”, con las anteriores palabras se hace visible el control explícito del grupo familiar acerca del consumo de licor y con las palabras “pero la sociedad no te condena tan fuertemente” se evidencia el carácter de aceptación social que posee el consumo de licor en nuestro contexto.

En este orden de ideas se vislumbra el ámbito familiar como un componente socializador en el consumo de licor que además media controlando el exceso de esta práctica mediante unos patrones de apertura al consumo mediatizados por la confianza, la responsabilidad y el control explícito de esta práctica

2. COLEGIAL

Para el presente ámbito se busca revisar el como el grupo de amigos determina una interacción orientada a la sociabilización del consumo de licor.

En cuanto a este ámbito social se observa que en las graficas de la pregunta 5 **¿Si se comparara el consumo de licor en el grado 11 y ahora como primíparos consideras que el consumo de alcohol es?**



se presentan 17 respuestas que afirman que el consumo de licor en el grado 11 y ahora en la universidad es igual en intensidad, 17 respuestas que afirman que es mayor el consumo ahora en la universidad y 8 respuestas que afirman que es menor, en cuanto a la justificación de estas respuestas se encuentran tres aseveraciones que se inclinan al mayor consumo de licor en el colegio, dos que dicen que es igual el consumo ahora en la universidad que en el colegio y, por último, hay una que afirma que debido al control presente en el colegio el consumo es menor que en la universidad, reiterándose así la proporción vista en los datos recogidos al grupo del sondeo en la primera parte de la pregunta 5; entre estas justificaciones que daban al mayor consumo de licor en el colegio nos parece importante resaltar el contenido de la siguiente “antes tenía más tiempo para compartir con mis amigos (**Respuesta 5**)”, la cual nos determina que debido a las disipaciones de horarios y cargas académicas características de este ámbito se facilitaba la interacción social, mediada por el referente simbólico expreso en la palabra “compartir” como un elemento de filiación con los individuos del grupo social propio de este entorno, como lo son los amigos, en cuanto a la otra justificación que va en la misma vía de la distribución y organización del tiempo en este ámbito, se tiene la afirmación “en el colegio me quedaba más tiempo”.

Teniendo en cuenta los datos del grupo focal se encuentra la afirmación “en el colegio uno podía tomar de vez en cuando”, que va en la vía de la disponibilidad de tiempo para el consumo de licor. Con relación a la afirmación del grupo focal que asevera “yo creo que así en la casa no tomen uno muchas veces se deja influenciar por los amigos”, lo cual nos lleva a reflexionar acerca del papel socializador que ejerce el grupo sobre los individuos y se evidencia que así en el contenido de la experiencia acerca del consumo del alcohol en el ámbito familiar sea de carácter nulo, la interacción con el grupo favorece en este ámbito la aparición del consumo de licor en los individuos, lo cual es claramente evidenciable en la afirmación del grupo focal “en el colegio se consume más porque no hay esa responsabilidad”, en el cual se ve desdibujada del plano simbólico la responsabilidad implícita y explícita que se veía referenciada en el ámbito familiar, dada las características propias de este entorno como lo es la imposición de una prohibición explícita e intransigible acerca del consumo de licor la cual se ve referenciada en la siguiente afirmación “en el colegio se consume más licor por que como es prohibido y lo prohibido es mejor”.

Por otro lado, a parte de la prohibición explícita del consumo de alcohol en el ámbito colégial también se evidencia una mediación y un control en el consumo de licor desde la familia a partir del conocimiento previo del tiempo necesario para las actividades colégiales, en la siguiente respuesta de la entrevista se argumenta lo planteado anteriormente “Digamos que el colegio es una época donde hay algún control familiar, porque en su casa saben que en el colegio estudias de 6:30 a 12:30 si usted llega las 2 de la tarde le van a decir donde se quedo **(Respuesta 16)**”,

3. UNIVERSITARIO

En el presente ámbito encontramos una distribución homogénea entre la percepción de mayor consumo de licor en la universidad que en el colegio, podemos retomar la siguiente justificación la cual dice “ahora no queda tiempo para rumbeear te toca leer de día y de noche. **(Sondeo1, Sujeto #37 Respuesta5)**”, la cual nos ilustra acerca de la influencia que tiene la carga académica de este ámbito sobre la distribución del tiempo en la persona que nos responde, otra importante aseveración es la que dice “regularmente se expone la idea de beber licor pero pocas veces se concreta. **(Sondeo1, Sujeto #7, Respuesta 15)**” la cual expone el contenido de que en el imaginario de los jóvenes se encuentra la idea de la ingesta de licor pero, debido a la interacción propia de este ámbito se genera una regulación que limita la concreción del consumo de licor.

Por otra parte, se tienen en igual proporción se tienen 4 afirmaciones que indican una justificación de un mayor consumo de licor en la universidad que en el colegio, de las cuales nos parece clave rescatar la de “en la universidad hay mas rumba, mas consumo de licor es un ambiente muy diferente de mas libertad. **(Sondeo1, Sujeto #6, Respuesta 5)**”, esta aseveración la podemos dividir en tres partes la primera “en la universidad hay mas rumba mas consumo de licor” esta primera parte nos brinda el alcance que posee este ámbito en el imaginario de los estudiantes acerca de un incremento en las prácticas del consumo de licor y del festejo denominado rumba, en la segunda parte “es un ambiente muy diferente”, de manera implícita se expone que el ámbito universitario es poseedor de unas características que lo diferencian de otros ámbitos en particular como los son el familiar y el colegial, y la tercera parte “de mas

libertad” se le atribuye esta característica de libertad al ámbito universitario justificando así la primera parte de la de la afirmación en la que se expone el imaginario expuesto en esta.

En cuanto al grupo focal se distribuyen tres afirmaciones que atienden a que en la universidad existe más libertad reiterando el imaginario de libertad expuesto en la aseveración del sondeo, también existe una que nos parece clave para el presente ámbito la cual dice: “cuando ingresas a la universidad hay mucho stress por la responsabilidad que hay, **(Respuesta 2, Pregunta 1)**”, la cual nos reitera lo que observamos en los datos del sondeo acerca de la dinámica generada por la carga académica en la universidad que deviene en la consecuencia de un stress debido a la situación de responsabilidad de los estudiantes frente a sus compromisos académicos. Otra aseveración importante es la que reza “otros que tomamos después de cada parcial para bajar el stress que nos produce, **(Respuesta 8, Pregunta 6)**”, esta aseveración es importante debido que nos brinda un sentido del significación del consumo de licor como un factor desestresor de esa situación propia de este entorno como lo es la carga académica.

4. ENTORNO PUBLICITARIO

En este entorno pretendemos revisar como es influenciado en individuo por los contenidos publicitarios a los que se encuentra expuesto en el devenir de la cotidianidad.

Aquí encontramos que en el sondeo se nos presenta la siguiente afirmación “si he visto publicidad alusiva al consumo de alcohol, y me parece que es en muchos casos muy llamativa y que si induce al consumo por que toman frases coloquiales o situaciones cotidianas con las que me puedo sentir identificado. **(Sondeo2, Sujeto #2,**

Respuesta 2)”, de la cual podemos extraer principalmente el hecho de que esta publicidad alusiva al consumo de licor retome situaciones cotidianas como frases o momentos, genera en los individuos una identificación la cual denota que los contenidos simbólicos atribuidos al consumo de licor se comparten y se recrean de forma masiva en los medios de comunicación que difunden estos contenidos publicitarios.

Por otra parte se presentan cuatro aseveraciones como lo son la, (**Sondeo 2, Sujeto #4, Respuesta2, Sondeo 2, Sujeto #5, Respuesta 2, Sondeo 2, Sujeto #6, Respuesta 2 y la Sondeo 2, Sujeto #9, Respuesta 2**), que se orientan a criticar el hecho de que en esta publicidad se enseñan y favorecen el consumo de licor, mientras a las vez intentan informar acerca de lo dañino que es el consumo de alcohol para la salud, generando en estos individuos un sentido de ambigüedad, donde se denota que aunque se intenta disminuir un impacto de exceso de consumo por parte de los individuos, está presente una doble moral en la que lo que le importa al anunciante es precisamente el favorecimiento del consumo, el cual se ve reforzado en la aseveración desarrollada en el anterior párrafo referente a la identificación de los individuos con la situación del consumo de alcohol.

II. SITIOS DE CONSUMO

Con esta categoría se pretendió operacionalizar una descripción de los lugares de preferencia de consumo de licor y su significación para dicha práctica, es así como se propuso como Subcategorías conceptos tales como bar, cafetería, casa, patio, cancha, discoteca, los cuales atienden a sitios topográficos específicos, que se revisaron en

cuanto a su nivel de preferencia para consumo y la significación que estos poseían para la problemática estudiada.

En este apartado se busca determinar los lugares de consumo de los jóvenes estudiantes al interior de sus ámbitos sociales, con el fin de determinar el alcance y la significación de este consumo en dichos entornos.

Para iniciar retomaremos la afirmación “consumen en discotecas, casas y parques. **(Sondeo1, Sujeto #30, Respuesta 18)**”, la cual nos cubre tres sitios específicos que se pueden connotar según las practicas llevadas a cabo en cada uno de ellos, como lo son “las discotecas”, que son sitios para festejar (rumbear), para el ocio y la diversión, en cuanto a “las casas”, tenemos que se observa el consumo de licor en el espacio propio del ámbito familiar donde precisamente se carga de un sentido de intimidad y filiación al consumo de licor, y en cuanto a los “parques” se observa un espacio propicio para la socialización de los individuos con el grupo de pares.

A lo largo de la revisión de los entornos sociales en los que se han desarrollado los estudiantes podemos rescatar que en la familia se presenta un fenómeno de socialización primaria acerca de la práctica del consumo de licor donde mediante un proceso de apertura a la norma y de aprendizaje por imitación se carga al contenido simbólico del consumo de licor con un carácter filial donde la confianza media acerca de la responsabilidad que conlleva implícita la práctica del consumo de licor, a partir de unas dinámicas de interacción donde de forma implícita y explícita se socializa a los jóvenes acerca de esta práctica.

Por otra parte, en el ámbito colegial se evidencia que el carácter simbólico de esta práctica se encuentra enfocado en la socialización y acercamiento al grupo de pares que se encuentra determinado por sus experiencias anteriores en sus núcleos familiares acerca del consumo de licor de donde devienen con una carga simbólica de carácter filial sobre el licor.

En cuanto al ámbito universitario podemos encontrar que este moviliza el consumo de licor mediante dos lógicas las cuales son, una lógica que atiende a las razones de stress y por otro lado una lógica de socialización que deviene de la necesidad del establecimiento de un vínculo filial entre amigos, dichas lógicas se ven influenciadas por el imaginario que aparece presente en los datos del sondeo (**Sondeo1, Sujeto #6, Respuesta5**) y en los datos del grupo focal (**Respuesta2, Pregunta4, Respuesta1, Pregunta4**), que atienden a la justificación del consumo por cuenta de una idea de libertad atribuida al ámbito universitario.

En cuanto al entorno publicitario podemos afirmar con relación a los datos obtenidos que este juega un papel de reforzamiento en el proceso de naturalización del consumo ya que desde el seno familiar se genera un proceso de aprendizaje social que mediante la práctica conjunta del consumo de licor con sus familiares brinda los primeros elementos de carácter simbólico con los cuales se estructurara de base la incorporación de esta práctica como una actividad de carácter filial, que en el siguiente ámbito en el que se introduce el individuo para ser socializado, esta le servirá como herramienta de acercamiento a otros jóvenes en el colegio, donde se justifica y valida el consumo de licor dado que como practica se generaliza desde el hogar hacia los otros ámbitos en los que el individuo se ha desenvuelto.

En el ámbito publicitario como lo decían los estudiantes en la aseveración donde se sienten identificados con este tipo de publicidad se exponen contenidos de carácter cotidiano y se evidencia el reforzamiento y la capacidad de permear la experiencia de los individuos con relación al consumo de licor, al punto de notar esta publicidad como se aprecia en la aseveración (**Sondeo2, Sujeto#3, Respuesta2, Sondeo 2, Sujeto #13 Respuesta 2**), en las cuales se hace alusión en la primera a que la publicidad acerca de este consumo es de carácter “normal” debido a que la empresa la necesita para poder vender y dar a conocer su producto y en el caso de la segunda se asegura que este tipo de empresas productoras de licores se tipifica como cualquier otra del sector productivo y por ende posee un derecho a la promoción de su producto “el licor”.

Lo anterior contrasta con las afirmaciones que se habían desarrollado anteriormente cuando hablábamos de los individuos con respecto a la publicidad la sienten como ambigua debido al intento que hace el Estado por regular el consumo mediante la imposición de avisos referentes al impacto en la salud de los ciudadanos por medio de la frase “el consumo de alcohol es nocivo para la salud”, lo cual tiene como trasfondo el propender por disminuir los impactos epidemiológicos que conlleva a una sociedad específica la práctica de consumo de licor, y que a pesar de estas estrategias diseñadas por el estado existen individuos que equiparan este tipo de actividad productiva como es la promoción y venta de licor, como “un sector productivo normal”, siendo todo lo contrario debido a que se trata del expendio y promoción de consumo de una sustancia psicoactiva con la gran particularidad de ser de carácter legal.

CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO

En este apartado nos propondremos a realizar una revisión de la problemática del consumo de licor, mediante dos tipos de ópticas específicas diseñadas por el presente trabajo para revisar el cómo es que se naturaliza esta problemática en los estudiantes, por medio de revisar las prácticas donde se ejerce el consumo y los imaginarios que lo complementan.

Es así como se planteo la categoría prácticas con la cual se intenta operacionalizar las actividades, las acciones, las conductas, etc., que se encuentren orientados al consumo de licor, mediante el uso de subcategorías como la de indicadores de consumo, la cual pretendía y obtuvo unos datos valiosos a cerca de la cantidad y frecuencia de consumo de licor por parte de los estudiantes. Por otra parte se plantearon subcategorías como Celebrar y Desestresar, las cuales atendían a la revisión de conductas, acciones, etc., que se encontrasen orientadas a realizar estas dos actividades mediadas por el consumo de licor, para exaltar los logros académicos o para disipar tensiones académicas. En cuanto a las subcategorías de Eventos y Reuniones Sociales se pretendió establecer un lente que nos permitiera revisar las actividades curriculares y extracurriculares programadas al interior de la universidad, ya fuese por parte del personal administrativo o de los propios estudiantes y sus implicaciones en cuanto al despliegue y evidencia de conductas y acciones tendientes al consumo de licor. Y por último se postularon como Subcategorías de análisis Escuchar Música y Bailar las cuales buscaron evidenciar como estas prácticas se articulaban con el consumo de licor.

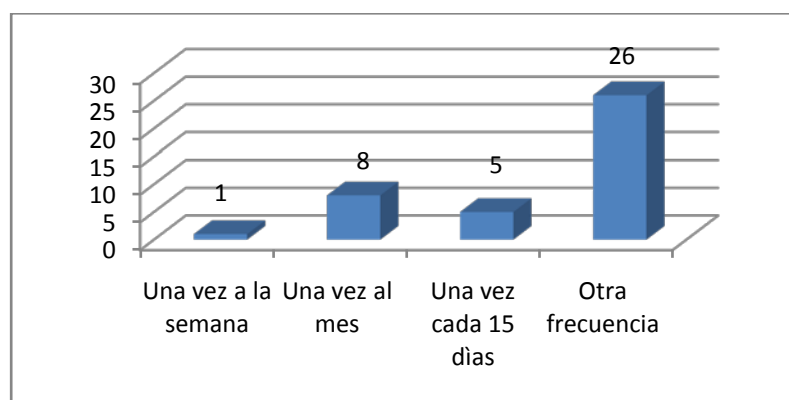
Por otra parte con el fin de caracterizar el consumo con la categoría Imaginarios se buscó sistematizar metodológicamente el contenido simbólico atribuido al consumo de licor y las ideas derivadas de este bagaje representacional presente en los estudiantes objetos de este estudio, es así como se determinaron subcategorías como la de Consumo y Genero, en la que se reviso como es significado el consumo de licor a nivel cultural tanto en hombres como mujeres. También se observo a través de la subcategoría problematización del consumo cuales eran las percepciones presentes en los estudiantes abordados que tendían a observar el consumo de licor desde un punto de vista problemático o negativo. Asimismo en la subcategoría Universidad mayor consumo se reviso el imaginario que atiene a la idealización de que a nivel universitario se viene a presentar en este entorno particular un importante incremento en el consumo de licor. Del mismo modo se reviso la subcategoría Interacción en la cual se entro a analizar la idealización de un mayor nivel de integración, en el que la calidad de la misma se encuentra determinada o no por la presencia del consumo de licor. Y por último en la subcategoría Idealización de la Libertad se revisaron las concepciones que tendían a atribuir un especial estatus de libre albedrio en el ámbito universitario en particular, y como este repercutía en el consumo de licor.

III. PRÁCTICAS

En este apartado iniciaremos describiendo el consumo mediante las graficas resultantes del sondeo de la pregunta 1 y de la pregunta 4, para determinar la existencia del consumo de licor con su respectivo licor de predilección y la frecuencia de consumo de licor con su periodicidad explicita.

A partir de las graficas del sondeo se evidencia en la primera pregunta existen 14 aseveraciones referentes al no consumo de licor, existen 10 que dicen que si consumen más otras 19 que afirman que lo hacen algunas veces, lo que nos da un total de 29 individuos que han practicado el consumo; en cuanto al licor de mayor consumo en este grupo tenemos que el aguardiente con un total de 10 personas que lo consumen es el de mayor predilección.

En cuanto a la **frecuencia de consumo** Tenemos un solo individuo que afirma tomar



una vez a la semana, 8 que afirman tomar una vez al mes, 5 que afirman que consumen una vez cada 15 días y 26 que afirman que lo hacen en una frecuencia distinta a las 3 anteriores, de los cuales los podemos agrupar en 8 que no consumen, 13 que lo hacen de vez en cuando y 3 que lo realizan de forma bimestral, semestral y anual respectivamente.

Con relación a los datos del sondeo encontramos que el consumo de licor al interior de la universidad existen 5 afirmaciones que atienden a que al interior de la universidad no se evidencia de forma explícita el consumo y si se ve es de carácter escaso: “no me parece que se consuma mucho licor en la universidad (**Sondeo1, Sujeto**

#24, Respuesta15)”, “no se ve nadie consumir licor (**Sondeo1, Sujeto #12, 18, 19, Respuesta 15)**”, “es algo repetitivo en la universidad ingerir licor se ve escasamente (**Sondeo1, Sujeto # 15, Respuesta15)**”, “no los he visto consumir (**Sondeo1, Sujeto #12, 19, 25, Respuesta 17)**”, y para cerrar nos parece clave analizar la siguiente cita “si bien en la universidad es bajo, nunca hacen falta comentarios de rumbas en las que hubo (**Sondeo1, Sujeto #1, Respuesta15)**”, en esta aseveración se retoma de nuevo que el consumo al interior de la universidad es bajo aunque lo condiciona con que las reuniones (rumbas) con los compañeros de la universidad si está presente el consumo de licor, las otras aseveraciones del sondeo como lo son la (**Sondeo1, Sujeto #11, Resp15)** “sitios donde hay integraciones hay gran consumo por parte de los estudiantes”, con estas aseveraciones se evidencia que aparte del consumo “bajo” en la universidad hay conocimiento también de un alto consumo por parte de los estudiantes y especialmente en las integraciones como lo pueden ser las tardes cerveceras, las bienvenidas de primíparos y los diferentes eventos programados al interior del alma mater como por las actividades promovidas por los mismos estudiantes; y en la (**Sondeo1, Sujeto #13, Respuesta15)** “ porque el consumo es alto, y cualquier cosa se les vuelve una excusa para emborracharse”, aparte de evidenciar el alto nivel de consumo en este entorno universitario se observa que en este ámbito el consumo se justifica a partir de procesos cognitivos de carácter racional y del posicionamiento moral que poseen estos individuos frente al consumo de licor.

Por otra parte, en los datos registrados en la matriz de observación participante practicada en la bienvenida de primíparos, se evidencia el consumo de licor mediante rondas de licor y ofrecer tragos a los recién llegados al grupo, también se hace explícito

en la distribución de los jóvenes en grupos en los cuales en la mayoría de ellos existía una botella de aguardiente, lo que nos viene a corroborar lo expuesto en las aseveraciones del sondeo (**Sondeo1, Sujeto #11, Respuesta 15**) “sitios donde hay integraciones hay gran consumo por parte de los estudiantes” y la (**Sondeo1, Sujeto #42, Respuesta15**) “la mayoría de los estudiantes consumen licor en la universidad pero se ve en las integraciones ” con lo anterior se hace explicito que durante los eventos de integración se genera la apertura de espacios al interior de la universidad que favorecen el consumo de licor por parte de los estudiantes, los cuales aprovechan estos espacios para justificar su consumo en este ámbito.

Con relación a las prácticas específicas relacionadas y significadas para el consumo de licor se evidencia la observación participante que los diferentes partícipes de esta integración estuvieron realizando la práctica de **escuchar música**, otros estuvieron realizando la práctica del **baile** mientras otros conversaban y socializaban, como se puede ver la complejidad de las practicas desarrolladas al interior de esta integración mediadas por la presencia y consumo de licor se generan unos espacios de interacción que atienden al sentido que quiere darle el organizador de este evento en la entrevista que se le realiza cuando afirma “entonces el sentido que nosotros queremos darle al canelazo, fuera de los salones de clase en los salones se habita en otros espacios la universidad favorece otros espacios. (**Respuesta 7**)”, precisamente yendo más allá del carácter académico que posee la universidad este ámbito necesita de otras dinámicas diferentes a la académica para generar una interacción que propicie el reconocimiento con el otro y que se enriquezca una cultura universitaria donde existe cabida a otras

dimensiones como lo son la integración, espacios de discusión y de reflexión además del favorecimiento de otros estadios para la interacción social diferentes al académico.

Se evidencia en los datos del sondeo una correlación entre el **celebrar y divertirse** por la mediación ofrecida por el consumo de licor esta se hace explícita en las siguientes respuestas (**Sondeo 1, Sujeto #3, Respuesta 1**) “bien por qué las reuniones juveniles es solo para tomar y esto ha aumentado el alcoholismo juvenil”, (**Sondeo 1, Sujeto #2, Respuesta 12**) “parte de la cultura es celebrar todo con licor pero para mí no es muy correcto”, en esta aseveración se vislumbra que este consumo de licor se encuentra ligado a una cultura que lo refuerza pero para esta persona como lo postula el interaccionismo simbólico de George Mead, se mediatiza por una experiencia personal propia y particular que le favorecen el poderse situar frente a este contenido simbólico de carácter cultural y poder tomar una posición de rechazo a este consumo; debido al carácter bidireccional de la interacción simbólica propuesta por este autor, donde el entorno cultural en este caso viene a presentar unas dinámicas que son mediadas por los procesos cognitivos particulares del individuo para ofrecer una respuesta conductual y racional a esas dinámicas, como lo es su posición de auto frente al consumo que más adelante se profundizará.

Otra practica es la de **desestresarse** mediante el consumo del alcohol la cual es causada por las características del entorno universitario que nos encontramos revisando, eso se evidencia en las aseveraciones del sondeo (**Sondeo1, Sujeto #1, Respuesta 12**) “supongo que es para gente que le gusta, una manera de perder la noción de las exigencias de la universidad”, en la cual se postula una posibilidad de escapar de las exigencias académicas y los compromisos establecidos previamente con el alma mater,

en la otra afirmación “logro que saliera de la monotonía de la semana a través de esa bebida (**Sondeo1, Sujeto #56, Respuesta14**)”, se exponen con otras palabras el mismo sentido que en el anterior, donde el alcohol media para cambiar el stress generado por la cotidianidad universitaria por un espacio de distención a través de la bebida, lo anterior se ve resaltado en el grupo focal cuando se observa una percepción, “otros que tomamos después de cada parcial para bajar el stress que nos produce”, aquí se hace explicito la utilización que se le da al consumo de licor para atenuar las presiones generadas por la carga académica explicitadas en la palabra parcial.

En cuanto a la relación del consumo de licor amarrado a las **reuniones sociales** en los datos del sondeo se explicita en la siguiente afirmación “una necesidad latente de algunos estudiantes de asociar las reuniones sociales con el consumo de bebidas y sustancias que alteran el comportamiento (**Sondeo 1, Sujeto #37, Respuesta 12**)”, se vislumbra una percepción de que a nivel cultural los jóvenes se encuentran influenciados por la concepción de reunión social = a consumo de licor lo que se ve en la tipificación del vino en la respuesta a la pregunta 10 del grupo focal donde está relacionado este licor con las siguientes aseveraciones: “reunión con la familia (**Respuesta 2,2 Pregunta 10V**), “reunión con la tía (**Respuesta 29, Pregunta 10V**) ” “reunión con los amigos (**Respuesta 33 Pregunta 10V**)” “paseo de olla (**Respuesta 36, Pregunta 10V**)” lo cual nos confirma lo planteado anteriormente.

Para finalizar lo encontrado en este apartado se tiene que efectivamente hay prácticas en el cotidiano, estrechamente relacionadas con el ámbito familiar y que son fruto de los procesos de socialización mediados por la interacción social generada por el

consumo de licor como se aprecia claramente en la tipificación de las reuniones sociales elaborada en el párrafo anterior.

IV. IMAGINARIOS

En cuanto a los imaginarios pretendemos establecer las ideas que se manejan de forma simbólica y que son compartidas por el grupo social propio de su ámbito inmediato, con el fin de articular como estas concepciones se relacionan con las prácticas donde se da la presencia del consumo de licor.

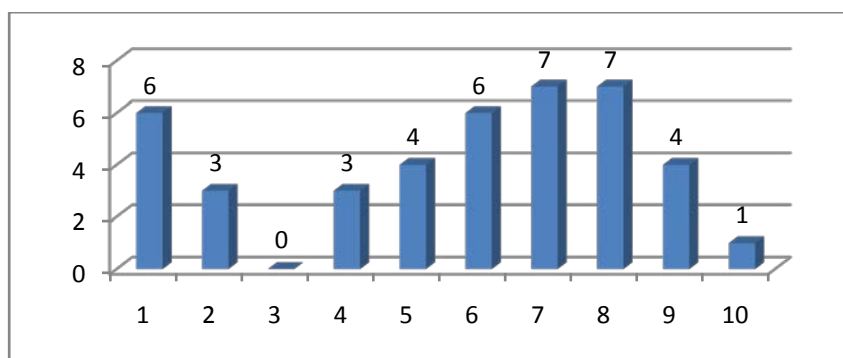
En cuanto al **consumo y género** se encontró que hay una tendencia a la igualdad género en la situación de consumo de licor, en los estudiantes universitarios lo cual se aprecia en las siguientes afirmaciones:

- Ninguno porque hay mujeres y hombres que consumen igualito. (**Sondeo1, Sujeto #31, Respuesta 19**).
- Ninguna pues tanto hombres como mujeres se presentan en la misma situación y depende de ellos su ideología sobre el alcohol con otros factores claramente. (**Sondeo 1, Sujeto #27, Respuesta 19**).
- El licor es par entre ambos géneros. (**Sondeo 1, Sujeto #14, Respuesta 19**).
- Yo creo que hay igualdad a la hora de tomar, rumbear y divertirse. (**Sondeo1, Sujeto #17, Respuesta 19**).

Pero teniendo en cuenta algo interesante de rescatar en los datos obtenidos por el grupo focal es que en cuanto a género se mantiene la idea de un igual consumo, pero se percibe que los hombres prefieren el aguardiente y la cerveza mientras que las mujeres optan mas por los cocteles, los cual se nos evidencia en las siguientes afirmaciones:

- La diferencia es que los hombres toman más aguardiente, cerveza y las mujeres tomamos más cócteles. **(Respuesta 2, Pregunta 11).**
- Yo creo que eso ahora las mujeres toman los mismo que los hombres, porque hay mujeres que las rumbas es hasta el amanecer y tomando. **(Respuesta 3, Pregunta 11).**

Otro de los imaginarios revisados fue el de **Universidad mayor consumo**, donde se buscó encontrar en los individuos, signos que nos ilustren acerca de que los primíparos poseen una pre concepción acerca del incremento del consumo en el ámbito universitario. Donde en la gráfica de la pregunta 15 **¿Cómo valoras el consumo de licor en la universidad?** del sondeo se encuentra que 25 de los estudiantes encuestados



Se ubicaron por encima del nivel promedio de valoración de consumo de licor en el ámbito universitario y solo se ubicaron por debajo del promedio 15 estudiantes que afirmaron que el consumo era inferior a 5 en la escala de valoración propuesta en el

instrumento, lo anterior se corrobora en las siguientes aseveraciones tomadas del sondeo:

- Para las personas la palabra universidad significa, licor, rumba, recocha. **(Sondeo 1, Sujeto #31, Respuesta15).**
- A medida que pasa el tiempo en la universidad semestres aumenta el consumo de licor. **(Sondeo 1, Sujeto #6, Respuesta 17).**

En la primera se equipara a la universidad textualmente con licor, y estados de celebración cargando este ámbito social con estos significados desde donde se direcciona y establece la interacción de los estudiantes primíparos, lo que nos lleva a la segunda afirmación donde esta idea de que en la universidad se consume más licor, en la proporción de que se avance en su formación académica.

Otro de los imaginarios revisados por el presente estudio es el de la **Problematización del consumo** donde se evidencia un claro posicionamiento de tendencia homogénea frente a la percepción del consumo como problemático, por parte de la mayoría de los estudiantes que se hicieron partícipes del sondeo como se aprecia en las siguientes afirmaciones:

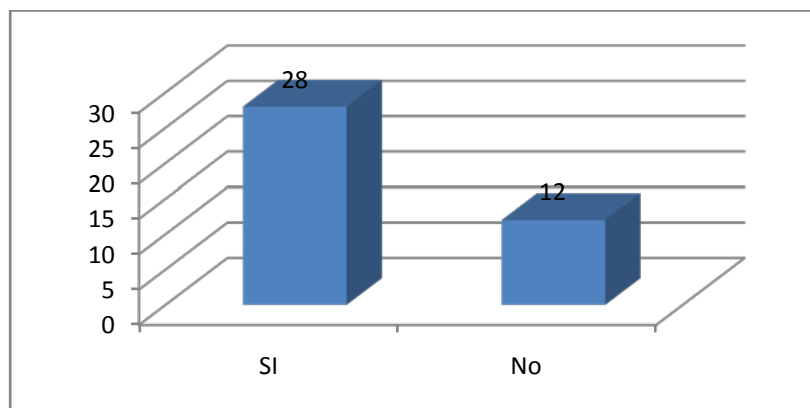
- Muy buena idea, ya que en el tiempo que estamos el alcohol genera problemáticas en personas cada vez mucho más jóvenes. **(Sondeo 1, Sujeto #31, Respuesta 1).**
- Bien, estadísticas de los jóvenes que consumen alcohol dentro de la universidad para que con esto aquellos que consumen se les pueda hacer una rehabilitación según su voluntad. **(Sondeo 1, Sujeto #42, Respuesta 1).**

- Bien, informar y ayudar contener un poco el alcoholismo juvenil pero no que lo prohíban. **(Sondeo 1, Sujeto #17, Respuesta 1).**
- Muy bueno, para que se enteren de la problemática de la juventud hoy día. **(Sondeo 1, Sujeto #16, Respuesta 1).**
- Oportuna y Adecuada, porque para nadie es un secreto que los jóvenes y menores de edad empiecen desde temprano el consumo. **(Sondeo 1, Sujeto #34, Respuesta 1).**
- Buena, para hacer un análisis de cuanto ha aumentado el consumo de alcohol y ver los efectos que produce. **(Sondeo 1, Sujeto #35, Respuesta 1).**
- Bastante Importante, es preocupante la cantidad de licor que consumen los jóvenes hoy en día. **(Sondeo 1, Sujeto #14, Respuesta 1).**
- Muy buena, porque hay jóvenes que consumen mucho licor. **(Sondeo 1, Sujeto #36, Respuesta 1).**
- Interesante, ya que muchas veces los jóvenes no son conscientes del consumo y son muchos los que consumen licor. **(Sondeo 1, Sujeto #39, Respuesta 1).**
- Muy buena, ahí se ve que tan degenerada esta la Juventud. **(Sondeo 1, Sujeto #25, Respuesta 1).**
- Nos dan también la bienvenida a un hueco muy profundo, el del alcoholismo. **(Sondeo 1, Sujeto #3, Respuesta 12).**
- Hay personas que no saben tomar y pierden el control y eso puede traer muchos problemas. **(Sondeo 1, Sujeto #13, Respuesta 13).**

- Cuando ingerimos alcohol nuestro estado se altera y casi siempre las cosas terminan en discusiones, peleas. **(Sondeo 1, Sujeto #18, Respuesta 13).**

A lo largo de cada una de estas aseveraciones se observa una significación del consumo de licor como una situación problemática y de cuidado, pero para la presente investigación se hace importante retomar la cita “Bien, informar y ayudar contener un poco el alcoholismo juvenil pero no que lo prohíban. **(Sujeto 1, Sujeto #17, Respuesta 1)**” en esta se evidencia la ambigüedad presente en la publicidad referente al consumo, que aunque se tiene un conocimiento del carácter problemático del consumo de licor, y que por medio de la información se puede contener esta situación se solicita expresamente que no se prohíba su consumo, lo que desde los planteamientos del interaccionismo simbólico esta ambigüedad se encuentra mediada por los procesos cognitivos al interior del individuo en cuestión, y que estos a su vez son regidos por la experiencia del individuo y reforzados por las dinámicas presentes en este ámbito como lo es la del consumo como celebración y la del consumo como desestresor, además de la influencia generada por el grupo social con el que los estudiantes interactúan.

Otro imaginario abordado fue el de la **interacción**, donde se vislumbra en las graficas del sondeo, particularmente en la de la pregunta 13 **¿Considera usted que la presencia de licor influye en el sentido de la reunión?** que indago acerca de la influencia que



Tuvo el licor en la interacción que se dio en la bienvenida de primíparos Canelazo donde se evidencian 28 respuestas que aseguran que si influyo en la interacción de dicha bienvenida contra 12 que afirman lo contrario, y cuando califican la forma en que influyo 24 estudiantes la tipifican como una influencia positiva frente al evento, solo 9 lo tipifican como regular o mala.

Lo que se observo en el anterior párrafo se reitera en las siguientes afirmaciones del sondeo:

- Símbolo de integración mediante una bebida sin mucho grado de licor. **(Sondeo 1, Sujeto # 6, Respuesta 12).**
- Como lo dije anteriormente muchas personas se relacionan mejor cuando estas tomadas, están contentos, el ambiente se torna más alegre no tan frio. **(Sondeo 1, Sujeto #38, Respuesta 13).**
- Pues según la ideología moderna, cambia la reunión, se vuelve más amena y más divertido. **(Sondeo 1, Sujeto #21, Respuesta 13).**
- Porque la gente es más sociable. **(Sondeo 1, Sujeto #3, Respuesta 14).**

- La gente interactúa más fácil con los demás. **(Sondeo 1, Sujeto #5, Respuesta 14).**
- Las personas se comportan de manera amistosa y sociable cuando consumen licor. **(Sondeo 1, Sujeto #31, Respuesta 14).**
- Más confianza para relacionarse. **(Sondeo 1, Sujeto #38, Respuesta 14).**
- Te quita los prejuicios con la relación que estableces con los conocidos. **(Sondeo 1, Sujeto # 43, Respuesta 14).**
- Cuando hay integraciones, lo único que hay es licor lastimosamente. Licor. **(Sondeo 1, Sujeto #10, Respuesta 15).**
- Porque eso es lo que podemos notar, el alcohol se está convirtiendo en el mayor entretenimiento de algunos jóvenes (Mayoría). **(Sondeo 1, Sujeto #22, Respuesta 15).**
- Los jóvenes se reúnen a socializar **(Respuesta 15).**
- Pus es algo como para entrar más en un ambiente de socialización. **(Sondeo 1, Sujeto #5, Respuesta 12).**
- Es un ambiente más ameno sin licor no hay posibilidad de socialización. **(Sondeo 1, Sujeto #26, Respuesta 12).**

A lo largo de las anteriores afirmaciones se rescata que en el imaginario de la interacción valida lo encontrado en las graficas analizadas inicialmente, donde se hace explicito que en el bagaje simbólico de los primíparos del programa de psicología la mayoría comparten el significado de licor=integración, y con dicha premisa de base para fundamentar la interacción al interior de este ámbito universitario, se necesita del licor

para incrementar de forma positiva los procesos de socialización de estos individuos, lo que nos lleva a resaltar la siguiente cita la cual resume el contenido que se acaba de explicar: “Es un ambiente más ameno sin licor no hay posibilidad de socialización. **(Sondeo 1, Sujeto #26, Respuesta 12).**”

Y el ultimo imaginario que se reviso mediante el presente estudio tenemos la **idealización de la libertad**, en el cual nos encontramos con elementos como los referidos en la caracterización del ámbito universitario acerca de la característica que se le atribuye referente a la libertad que viene atada a este entorno, en las siguientes citas se aprecia claramente esta significación:

- Más libertad que antes y algunos alcanzan o alcanzamos la mayoría de edad. **(Sondeo 1, Sujeto #12, Respuesta 5).**
- Obvio sea más porque en la universidad hay más libertad. **(Sondeo 1, Sujeto #30, Respuesta 5).**
- Hay más libertad, más dinero y manejamos nuestros horarios. **(Sondeo 1, Sujeto #29, Respuesta 5).**
- Jóvenes abiertos a cualquier consumo por las relaciones con sus compañeros y más libertad. **(Sondeo 1, Sujeto #28 Respuesta 5).**
- Hay mucha más libertad en la universidad. **(Sondeo 1, Sujeto #10, Respuesta 5).**
- Para mi representa un símbolo de" libertad". **(Sondeo 1, Sujeto #21, Respuesta12).**

Es clave anotar que aunque en la percepción de los estudiantes atiende a una libertad, lo que si caracteriza este ámbito en un mayor nivel de autonomía, para los estudiantes en cuanto a la distribución del tiempo, del dinero y sus responsabilidades, esto lo podemos explicar desde la propuesta de Herbert Blúmer (1969) quien resume el interaccionismo simbólico en tres Tesis. La primera es que las personas actúan en relación a las cosas a partir del significado que las cosas tienen para ellos. La segunda dice que el contenido de las cosas se define a partir de la interacción social que el individuo tiene con sus conciudadanos. El tercero implica que el contenido es trabajado y modificado a través de un proceso de traducción y evaluación que el individuo usa cuando trabaja las cosas con las que se encuentra. Estas tres tesis o premisas resumen un sistema complejo de ideas acerca de cómo es el mundo de las personas y cómo éstas en él reaccionan. Donde se evidencia que aunque la característica de la libertad se ha elaborado a través del proceso de traducción y evaluación que ha sido mediatizado por la experiencia de los individuos y su interacción social, esta capacidad de autonomía se ha modificado como resultado de la interacción social de estos jóvenes y ese concepto es transformado y validado como una libertad que abre las puertas a todo tipo de prácticas no solo la del consumo de alcohol como se aprecia en la siguiente cita expuesta por ellos mismos “Jóvenes abiertos a cualquier consumo por las relaciones con sus compañeros y más libertad. (Sondeo 1, Sujeto #28, Respuesta 5).”

RITUALIZACION Y REFERENTES SIMBOLICOS DEL CONSUMO

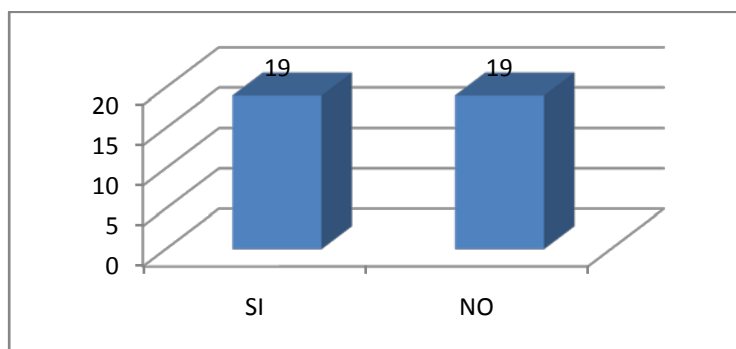
Mediante el presente apartado se pretende analizar las diferentes significaciones que se le otorgan a los diferentes licores de preferencia de consumo para los estudiantes y revisar los diferentes rituales que acompañan la significación del licor en el entorno

social universitario, estos elementos nos determinaran que tipo de interacciones se devienen dependiendo de los referentes de significación de los licores abordados.

V. RITUALES

Teniendo en cuenta la existencia de una lógica de mediación social donde el licor es tomado como un objeto simbólico, que connota un contenido que a su vez deriva en el establecimiento de unos ritos específicos que hacen parte de la cultura y que vienen a establecer ámbitos, lógicas y prácticas.

En los datos se encontró que en las graficas se presenta la respuesta a la pregunta 10 del sondeo **¿El Canelazo Representa para ti un licor?** que hace referencia al indagar acerca de la percepción de si el Canelazo es un licor y aunque a nivel metodológico y teórico para la presente investigación la definición de licor atiende a una bebida que posee cierto grado de alcohol etílico, y el Canelazo es poseedor de un nivel aunque muy bajo de alcohol esta característica lo viene a operacionalizar en el presente estudio como



un licor, en esta grafica se observa que 19 personas afirmaron que si era un licor, mientras las otras 19 no lo reconocieron como tal, llevándonos a relacionar estas respuestas, con los aspectos planteados en la respuesta #4 de la entrevista en

profundidad que afirma: “muchas cosas de las que hacíamos más bien un ritual y si uno mira por completo como se configura la integración que nosotros hacemos como consejo estudiantil si tiene muchas implicaciones de ritual, por el orden y como va estructurada no es una integración común donde hay música, trago y la gente pues baila, si no que lleva otros contenidos. La fogata, la olla comunitaria, una olla donde se hace algo donde todos toman, donde todos comparte eso tiene mucho contenido de ritual. R4”, lo que explica la anterior acotación es la de distribución de la grafica de la pregunta 10 del sondeo, donde la mitad de los participantes en la encuesta no reconocen el Canelazo como un licor si no que más bien lo significan como un ritual, como una bienvenida con un profundo carácter simbólico que media en la integración a este nuevo ámbito social en el que se encuentran inmersos los estudiantes primíparos.

Otros rituales asociados de forma cultural y de amplia aceptación grupal por los individuos que lo practican son los del brindis, el trago de ánimas y refranes varios relacionados con la práctica del consumo de licor, estos se observaron en los datos de la observación donde al iniciar el consumo de una botella se veían derramar el primer trago al suelo y en los datos del sondeo lo especificaban con la aseveración “cuando se destapa una botella de licor el primero va por las animas **(Sondeo 2, Respuesta 1)**”, también lo describen con esta otra afirmación “Botar un poquito de licor al recién destaparlo **(Sondeo 2, Respuesta 1)**”, el brindis se evidencia en los datos del sondeo cuando afirman “Chocar las copas **(Sondeo 2 Sujeto #4, Respuesta 1)**”, y los refranes se ven descritos en la siguiente “Arriba, abajo, al centro y pa` dentro **(Sondeo 2, Sujeto #8, Respuesta1)**”.

En anterior orden de ideas, nos lleva a pensar que a nivel simbólico existe un alto nivel de adhesión al consumo desde el factor cultural teniendo en cuenta su carácter ritual, siendo el ritual que más se resalta es el referente al **trago de animas** el cual posee una gran carga simbólica debido al bagaje imaginario que trae en nuestra cultura occidental y particularmente católica que trae en si las pérdidas humanas para las personas de nuestra sociedad.

VI. REFERENTES

En este apartado revisaremos los referentes simbólicos con los que se cargan las diferentes tipos de licor que prefieren para su consumo los estudiantes, en los momentos, sensaciones, emociones y actividades evocadas por cada uno de estos tipos de licor.

En cuanto a los **momentos** se tiene que el vino posee una carga referida a la evocación del momento decembrino, un momento para compartir, un momento en familia, un momento en el parque, un momento en la calle y se caracteriza como tradicional, en cuanto a la aguardiente en los datos del sondeo se carga simbólicamente como para un momento en la discoteca, mientras que la cerveza se en ruta hacia los momentos de charla y pasarla en una tienda, en los datos del grupo focal el aguardiente lo tildan como un referente para pasarla un buen rato, para pasarla bacano, mientras que la cerveza es referenciada como para pasarla un rato en la tienda con los amigos y también para pasarla agradable, y el vino es enfocado como para un momento formal, lo que nos valida los referentes expuestos en el sondeo acerca del vino donde se tilda de tradicional, para un momento de diciembre, tomarlo en familia y para compartir, en

cuanto al canelazo en el grupo focal es aseverado como una forma distinta de integrarse, y en la entrevista se expresan contenidos que atienden al canelazo como para un momento de encuentro con los compañeros y también se tilda para pasar un momento ameno, siendo en este apartado de los momentos el vino el licor que reúne los significados de predilección para la mediación de los momentos.

En cuanto a las **sensaciones** tenemos que el principal licor referente en las sensaciones es la cerveza con las aseveraciones encontradas en el sondeo y que atienden que la cerveza es sabrosa, calor, de llenura, diversión, esparcimiento, ignorancia, pasividad, caliente, agradable, relajación, recocha, frescura, y accesibilidad, por otro lado tenemos que el vino es referente a sensaciones como sobriedad, suave, sueño, no emborracha, tranquilidad, sabroso, dulce, fuerte, agradable, amargo, malo, y relajante, y el aguardiente corresponde a las sensaciones de resaca, rico, bueno, desorden, escases, prende, brutalidad, ardor, amargura, guayabo, descontrol y popularidad; en los datos del grupo focal se ve el aguardiente como referente de confianza, goce, desorden, recocha, integración, dejar la timidez, calor humano y ardor en la garganta, y la cerveza como un referente de calmar la sed y mitigar el calor, y por último el vino es referido a la sensación de guayabo.

En cuanto a la parte de las **emociones** tenemos el aguardiente como alegría, también como referente de amargura, risa y estupidez, con relación a los datos del sondeo, con relación a los datos del grupo focal el aguardiente también es el único que refiere emociones como lo son abandonar la timidez, diversión con los amigos, risas y alegría.

Con relación a unos referentes de **actividades** tenemos que el aguardiente es referente de fiesta, baile, rumba, y en cuanto al vino refiere a las actividades de celebración, misa, eventos, cena, comida. Y la cerveza en estos datos como un referente de reunión, en los datos del grupo focal el aguardiente se reitera como referente de baile, la cerveza como referente de paseo de olla, y el vino como un referente de reunión familiar, reunión importante, celebración, y celebración especial, lo que nos reitera los significados atribuidos a estos con relaciones a los referentes de actividad en los datos del sondeo. Y por otro lado el canelazo en el grupo focal es explicitado como una bebida de bienvenida y por otra parte como una bienvenida muy bacana y la otra no.

Para cerrar este apartado de los referentes se puede evidenciar que los referentes (licores), comparten muchos significados con las demás bebidas y que son generalizables a otros tipos de licor debido a sus efectos fisiológicos derivados del efecto del alcohol en el sistema nervioso, ósea que el licor influye en cuanto tiene la capacidad de desinhibir, relajar y traer a colación mayormente estados mentales “agradables”, aunque con la presencia de estados negativos como lo son un mal sabor, una resaca, el guayabo, etc. De lo anterior podemos afirmar que aunque la presentación sea diferente, los procesos de producción varíen como también las materias primas para la consecución del licor el licor es un objeto eminentemente simbólico que aunque varié en su forma y contenido no varía en su referenciación simbólica, que viene a mediar en las interacciones sociales de los individuos.

VII. AUTOS

En este capítulo se busca describir el sentido de capacidad de situarse o de auto frente a las interacciones sociales que se medían por el consumo de alcohol utilizando la óptica ofrecida por la autoconciencia y el autocontrol presentes en los individuos. Describiendo en la subcategoría Autoconciencia la capacidad evidenciada en el discurso de los estudiantes de revisarse a sí mismos frente al consumo de licor y así mismo poderse situar frente al mismo. Y por otra parte con la subcategoría Autocontrol se utilizo para describir las evidencias referidas a una capacidad de regulación de la situación de consumo de licor.

Con relación a la **autoconciencia** retomaremos la presente cita que nos parece clave de los datos del sondeo “el sentido de que con licor todo es mejor así este no sea muy rico cuando uno toma la pasa bien, **(Sondeo 1, Sujeto #23, Respuesta 18)**”, con la anterior afirmación podemos ilustrar que el imaginario compartido y evidenciado cuando revisamos la interacción se ve validado con la primera parte de la oración “el sentido de que con licor todo es mejor”, sin importar la sensación derivada de la ingesta licor y que esta sea como se afirma en la segunda parte de la frase “así este no sea muy rico” y en la última parte de esta afirmación “cuando uno toma la pasa bien”, nos explicita el estado de conciencia que deviene en el individuo al consumir licor y que determina su posición en las interacciones donde el consumo media.

En este apartado retomado de los datos del sondeo: “pa que supimos consumirlo con precaución y con moderación para evitar problemas **(Sondeo 1, Sujeto #41, Respuesta 14)**”, con esta afirmación evidenciamos como el imaginario que atiende a la

problematización del consumo y como este es mediatizado por los procesos cognitivos y las significaciones provenientes del imaginario para que si se practica el consumo evitar conductas negativas que propenda en el detrimento de la interacción social de las que son participes.

En los datos del grupo focal con relación a la autoconciencia tenemos la afirmación “yo pienso que si uno es un poquito tímido el alcohol lo ayuda a uno a hablar más, **(Respuesta 6, Pregunta 5)**” se evidencia que la posición de este individuo frente a la interacción mediada frente al consumo de alcohol se recrea en el imaginario de interacción revisado en el capítulo anterior donde al licor se le atribuye la capacidad de facilitar la aparición de elementos que colaboran con el desarrollo de la interacción social de forma positiva, validando una tendencia a la recreación en la realidad social de los significados que se atribuyen desde el pensamiento al consumo de licor.

Por otra parte revisando la posición de situarse frente al consumo de licor mediante el **autocontrol** se evidencia una regulación por parte de la demanda académica que viene a controlar el consumo de licor debido la autonomía implícita en este medio que en ocasiones es tomada en el imaginario como libertad pero que en la siguiente afirmación del grupo focal “no podemos decir como estamos en la universidad y hay mucha libertad entonces liberémonos, yo creo que para todo esto debe haber una cierta responsabilidad, **(Respuesta 5, Pregunta 4)**” en esta se ve como la autogestión frente al consumo viene a generar que se autocontrol, la autonomía implícita y se retome una posición donde se reconoce que se aunque en este ámbito se posee una “libertad” de actuar, no por ello se vale todo.

En otro sentido, el autocontrol se ejerce debido a los compromisos académicos que son adquiridos y que devienen como consecuencia en unas dinámicas donde la interacción social es mediada por la responsabilidad con la cual se comprometen los estudiantes en la mayoría de los casos donde se toma una posición de AUTO frente al consumo de licor. Lo que nos rescata desde los planteamientos del interaccionismo simbólico el valor de un sujeto activo que es poseedor de unos procesos cognitivos que le favorecen la capacidad de decidir frente a contenidos explícitos e implícitos de los procesos de socialización mediatizados por la interacción social, que aunque en algunos casos son influenciados por el contexto social y los grupos que le rodean (familia, amigos, compañeros de universidad, etc.), se pueden posicionar y adherir o distanciar de las practicas cotidianas como lo puede ser el consumo de licor; un ejemplo del rechazo a la problemática que nos ocupa se ve recreado en las siguientes citas del grupo focal:

- Cada quien pone sus límites porque y por ejemplo digo este fin de semana no puedo salir porque tengo parciales, hay que hacer algún trabajo. **(Respuesta 3, Pregunta 4).**

- En la universidad ya hay una responsabilidad por que podemos caer en bajo.

(Respuesta 4, Pregunta 4).

- Si usted fue responsable en el colegio en la universidad también debería ser así.

(Respuesta 5, Pregunta 4).

- es la responsabilidad que uno tenga para manejar las situaciones. **(Respuesta 5, Pregunta 6).**

Y por otro lado el ejemplo de la adhesión y posicionamiento frente a la situación del consumo de licor son los siguientes:

- Los padres nos pueden dar muchos valores pero en la sociedad en la que estamos nos influencia mucho la publicidad y también en el consumo. **(Respuesta 15, Pregunta 6).**
- De acuerdo al círculo social que te muevas. **(Sondeo 1, Sujeto #9, Respuesta 13).**
- Cuando se acaba el semestre las salidas se aumentan y aumenta el licor. **(Sondeo 1, Sujeto #20, Respuesta 17).**

Con estas últimas afirmaciones se observa una marcada influencia del entorno, como se nota en la **(Respuesta 15, Pregunta 6)**, donde se contraponen la publicidad y el consumo vs los valores familiares, en la **(Sondeo 1, Sujeto #9, Respuesta 13)**, se evidencia la influencia que posee el grupo para la significación y validación de la situación que nos ocupa, y por ultimo en la **(Sondeo 1, Sujeto #20, Respuesta 17)**, se ve reflejada la desaparición del compromiso académico y en ese espacio de “vacaciones” se permite el consumo para los que se encontraban en una posición de autocontrol frente al consumo.

En síntesis tenemos que los entornos poseen para los estudiantes unas dinámicas propias de cada uno con relación a la mediación del consumo de licor es así como en el entorno familiar se devela una dinámica de socialización en donde el consumo de licor se permite bajo un autocontrol establecido por los padres quienes permiten el consumo pero bajo los contenidos simbólicos de ofrecer una confianza de la cual se genera como consecuencia una responsabilidad implícita.

Por otra parte el ámbito familiar propicia la apertura de la prohibición del consumo de licor y abren una norma, y la norma permite la práctica, esta palabra permitir cuando su papa le permite consumir licor que permitió abrió la norma, por que

la norma se encuentra presente en los individuos como un imaginario, al abrir la norma valida la práctica. Continuando el hecho de que al interior de este ámbito, el consumo de licor sea una situación social, en la se reúne a compartir la familia alrededor de una bebida y que esta sea un licor genera que este se cargue en este ámbito de diversos contenidos de carácter familiar o filial para los individuos, como lo son el acercamiento, comunicación, sistemas de normas, integración, confianza, afectividad, seguridad, para que esta significación del consumo de licor, se transforme en un elemento de acercamiento con otros grupos sociales pertenecientes a diferentes ámbitos.

Como afirmábamos anteriormente la caracterización y significación del consumo de licor se va construyendo a lo largo de la experiencia de los individuos, al interior de sus ámbitos donde se aprecian el imaginario que rodea el consumo de licor y que conlleva a su aplicación en diferentes tipos de prácticas, y que viene a configurar dicha situación social del consumo como una práctica en sí que se valida desde una cultura que deviene de una sociedad que permite y facilita esta situación.

Por otra parte se encontró que el consumo al interior de la universidad es tipificado como bajo, aunque este se encuentra condicionado a que en las reuniones (rumbas) con los compañeros de la universidad si está presente y se practica el consumo de licor, el cual se encuentra enfocado al acompañamiento de prácticas como lo es el bailar, celebrar, desestresarse y en especial una marcada tendencia a la equiparación de reunión social=consumo de licor, siendo estas reuniones de carácter formal y familiar, nos corrobora que el papel socializador del ámbito familiar posee una gran influencia en esta generalización de aplicar el consumo de licor a los diferentes festejos y reuniones sociales, es clave acotar que en las reuniones sociales se tipificaron mayormente

reuniones con familiares y cercanos como madrina, etc. Lo cual denota la significación que hemos propuesto de la mediación del consumo de licor como un referente de filiación y de acercamiento en los diferentes grupos sociales. Marcándose una tendencia a la respuesta de la celebración y el desestresarse por medio del consumo, como unas dinámicas propias del entorno universitario como lo es en caso de la celebración al terminar semestre, materias o conseguir logros, y en caso de desestresarse se encuentra que el consumo es utilizado como un escape y relax de la carga académica propia de la universidad.

En cuanto a los imaginarios se tiene que se encuentran estrechamente relacionados con el consumo de licor, ya sea para media en un autocontrol de esta situación o para generar una adhesión y afirmamiento en la práctica del consumo, es así como en el imaginario que corresponde al consumo y genero se presenta una indiferenciación de consumo por sexos, la única diferencia que se halla hace parte del referente simbólico que se le otorga al licor el cual propicia la idea de que los licores de sabor fuerte son consumidos por los hombres y que los cocteles son ingeridos por las mujeres. Otro de los imaginarios indagado y que se encontró bastante arraigado en los estudiantes de 1er semestre donde coexisten ideas principales las cuales son:

- 1.- Se equipara a la universidad textualmente con licor, y estados de celebración cargando este ámbito social con estos significados desde donde se direcciona y establece la interacción de los estudiantes primíparos,
- 2.- Está presente la idea de que en la universidad se consume más licor, en la proporción de que se avance en su formación académica.

Por otra parte se encuentra el imaginario de la problematización del consumo de licor donde se visualiza claramente, un posicionamiento de tendencia homogénea frente a la percepción del consumo como problemático. En cuanto al imaginario de la interacción, se hace explícito que en el bagaje simbólico de los primíparos del programa de psicología la mayoría comparten el significado de licor=integración, y con dicha premisa de base para fundamentar la interacción al interior de este ámbito universitario, se necesita del licor para incrementar de forma positiva los procesos de socialización de estos individuos, dicho imaginario va de la mano con las practicas de relacionadas directamente son el consumo de licor como lo son el escuchar música, celebrar, desestresar, reuniones sociales, eventos y el bailar.

En cuanto a la idealización de la libertad nos encontramos con elementos como los referidos en la caracterización del ámbito universitario acerca de la característica que se le atribuye referente a la libertad que viene atada a este entorno

Analizando los contenidos simbólicos que son referentes en la mediación de los licores en la interacción en el entorno social universitario, es por ello que en la presente investigación se abordó la ritualización como un elemento enriquecedor del conocimiento del licor como objeto simbólico, que connota un contenido que a su vez deriva en el establecimiento de unos ritos específicos que hacen parte de la cultura y que vienen a establecer ámbitos, lógicas y prácticas. Se hallaron los siguientes rituales asociados de forma cultural y de amplia aceptación grupal por los individuos que lo practican como lo son los rituales del brindis, el trago de ánimas y refranes varios relacionados con la práctica del consumo de licor. Lo anterior nos lleva a pensar que a

nivel simbólico existe un alto nivel de adhesión al consumo desde el factor cultural teniendo en cuenta su carácter ritual.

En cuanto a los referentes simbólicos tenemos que se corrobora lo visto desde el análisis del carácter ritual del consumo de licor en nuestro contexto, ya que por medio de los referentes se puede evidenciar que los licores, comparten muchos significados con las demás bebidas y que son generalizables a otros tipos de licor debido a sus efectos fisiológicos derivados del efecto del alcohol en el sistema nervioso, ósea que el licor influye en cuanto tiene la capacidad de desinhibir, relajar y traer a colación mayormente estados mentales “agradables”, aunque con la presencia de estados negativos como lo son un mal sabor, una resaca, el guayabo, etc. De lo anterior podemos afirmar que aunque la presentación sea diferente, los procesos de producción varíen como también las materias primas para la consecución del licor el licor es un objeto eminentemente simbólico que aunque varié en su forma y contenido no varía en su referenciación simbólica, que viene a mediar en las interacciones sociales de los individuos.

Como resultado de los procesos de socialización en los diferentes ámbitos de desarrollo de las personas se generan unas capacidades en los individuos de situarse frente a diferentes problemáticas como lo es la del consumo de licor y poder tomar decisiones que favorezcan o rechacen una situación social en particular. Esta revisión se realizó mediante un examen a la autoconciencia y al auto control para revisar la capacidad de situarse de los individuos que son objeto de estudio del presente trabajo encontrando se en la autoconciencia se halló que, la posición del individuo frente a la

interacción mediada frente al consumo de alcohol, se recrea en el imaginario de interacción, donde al licor se le atribuye la capacidad de facilitar la aparición de elementos que colaboran con el desarrollo de la interacción social de forma positiva, validando una tendencia a la recreación en la realidad social de los significados que se atribuyen desde el pensamiento al consumo de licor y que deviene en unas respuestas conductuales donde se valida y por ende ejerce la situación del consumo de licor.

9. CONCLUSIONES

- Los entornos sociales, en los que se desarrollan los individuos, son poseedores de unas dinámicas propias de estos, donde por medio del aprendizaje social y la interacción propia de estos se, establecen las bases para la creación y recreación de imaginarios y significados que van permeando a los individuos y que van configurando en sus procesos cognitivos, la práctica del consumo de licor.
- En cuanto a la caracterización del consumo de licor se tiene que el consumo de licor, mediante la interacción simbólica se valida en las diferentes prácticas revisadas, basándose en los imaginarios que se poseen los integrantes del grupo acerca de este y que se comparten y naturalizan a partir de la incorporación en el cotidiano de la situación social de consumo.
- En cuanto al licor y capacidad de referenciar otros contenidos que van más allá de la esencia del objeto en sí, lo tipifican como un objeto eminentemente simbólico que viene a mediar en las interacciones de los individuos que se estudiaron, y esta capacidad simbólica atribuida al consumo de licor se recrea en una cultura ya que estos referentes son compartidos y se encuentran clasificados según los tipos de licor y sus efectos fisiológicos particulares.
- En cuanto a la capacidad de auto frente al consumo de licor, encontramos que el autocontrol en el ámbito universitario se ejerce debido a los compromisos académicos que son adquiridos y que devienen como consecuencia en unas dinámicas donde la interacción social es mediada por la responsabilidad con la cual se comprometen los estudiantes en la mayoría de los casos donde se toma una

posición de AUTO frente al consumo de licor

- Como conclusión final, tenemos que la importancia que posee el consumo de alcohol en las interacciones sociales de los estudiantes de 1er semestre de psicología, radica en que a partir de esta situación social se estructuran una serie de dinámicas de socialización, que van configurando un imaginario, que posee unos elementos de significación, que a su vez facilitan la aparición de una lógica de mediación social donde el licor es transformado por los sujetos en un objeto simbólico, que connota un contenido y este contenido es el que me permite establecer el alcance de la cultura del consumo de licor y detrás de esta cultura el sujeto establece unos grados de referencia establece sentidos, establece ámbitos y establece lógicas y prácticas que en ultimas terminan NATURALIZANDO el consumo de licor en el ámbito universitario y cotidiano, como también en los procesos cognitivos y de raciocinio de los jóvenes Univallunos.

10. RECOMENDACION

Teniendo en cuenta las conclusiones se recomienda el diseño de programas de sensibilización e intervención, que atiendan a la modificación de imaginarios acerca del consumo de licor, que viene arraigados desde los entornos revisados por la presente investigación, para que se pueda trabajar la capacidad de auto o de situación frente a la práctica del consumo de licor, y poder ir modificando esa “Cultura del Consumo de Licor” que ha que traen los estudiantes desde el hogar y colegios.

11. BIBLIOGRAFIA

- BARDÍN, L. (1986): Análisis de Contenido. Madrid. Akal
- Braudel, F. (1994). Bebidas Excitantes. Madrid. Alianza Editorial.
- Cerrano cita a Marquillis, (1996), cita de Gallego, Belalcázar & Álvarez. (2007)
Cartilla construcción de herramientas de dialogo en contextos de conflicto juvenil.
- Cortaza, L. & Villar, M. (2008). SURGE EN MI OTRA MUJER: SIGNIFICADOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL EN MUJERES MEXICANAS.
- Delgado, J & Gutiérrez, J (1997). Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales.
- Dijik. V, (1992). El Análisis del Discurso según y los estudios de la comunicación.
- Escamotado, A. (1994). Las Drogas. De los Orígenes a la Prohibición. Madrid. Alianza Editorial.
- ERIKSON (1982; citado por HOFFMAN, P ARIS y HALL, 1996).
- El problema del Alcohol

http://www.who.int/topics/alcohol_drinking/es/index.html martes 4 de agosto de

2009 11:23 pm

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1998). Metodología de la investigación, (segunda ed.). México D.F.: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. de C.V.
- Gregory, J, Valencia, A, Lozano, D, & Quintero, J. (2007). Política pública de juventud del municipio de Palmira.
- Jodelet, D. (1985). *La representación social: Fenómeno, Concepto y teoría*. En S. Moscovici (Compilador), psicología social: Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Biblioteca cognición y desarrollo humano: España.
- Kerlinger, F. (1988). Investigación del comportamiento. (tercera ed.). México D.F.: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A de C.V.
- López. H, (2003). *Investigación Cualitativa y Participativa*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- López. Carrera. La Hermenéutica en la Antropología, una Experiencia y Propuesta de trabajo Etnográfico: la Descripción Densa de Clifford Geertz. Universidad autónoma indígena de México, el Fuerte, México. REVISTA RA XIMHAI publicación cuatrimestral de sociedad, cultura y desarrollo sustentable. 2005.
- MANUAL DE SONDEOS DE MERCADEO 3. Metodologías cuantitativas de estudios de opinión para las microempresas rurales.
<http://www.promer.org/getdoc.php?docid=134>
- Mead, G. (1972). *Espíritu persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Paidós: Buenos Aires.

- Monteiro, & Maristela G. (2007) . Alcohol y salud pública en las Américas: un caso para la acción. Biblioteca Sede OPS - Catalogación en la fuente.
<http://www.paho.org/Spanish/DD/PIN/A&SP.pdf>
- Moscovici, S. (1985). *Psicología Social: Pensamiento y Vida Social. Psicología social y problemas sociales*. Biblioteca Cognición y desarrollo humano: España.
- Perspectivas de Salud - La revista de la Organización Panamericana de la Salud.
Cheryl Harris Sharman Volumen 10, Número 1,
2005http://www.paho.org/Spanish/DD/PIN/Numero21_articulo04.htm miércoles
5 de agosto 12:15 am
- Rendón. P. (2004). Tesis – Universidad del Valle Cali. – *Representaciones Sociales Respecto al Consumo de sustancias Psicoactivas*.
- Rodríguez. E, (1996) Consumo de sustancias Psicoactivas Colombia. editorial CIDNE Bogotá, Colombia.
- Rojas, M. (2001). Factores de riesgo y de protección que han si identificados en adolescentes consumidores de SPA. En A. Zabaleta. (Ed.), *Factores de riesgo y protección en el consumo de drogas en la juventud* (pp. 53-93). Perú: Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas, CEDRO.
- Robledo. M, (2009). Observación participante: el acceso al campo retomado de Guasch O. Observación Participante.; Cuadernos metodológicos N° 20, Madrid: CIS; 1997.
- Sánchez. L. (2007). Tesis – Universidad Pontificia Bolivariana – Representaciones Sociales del Maltrato Infantil de las madres Sustitutas del ICBF Centro Zonal Palmira.

- Vallejo, J (1988). Guía Práctica de Psicología Familiar. Ediciones Temas de Hoy.
- Varela. M, Salazar. I, Cáceres. D, & Tovar. J. (2007). *Consumo de sustancias psicoactivas ilegales en jóvenes: factores psicosociales asociados*. Pontificia Universidad Javeriana Cali (Colombia).
- Villarino & Vivanco (2005), titulado *Consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes universitarios*. Chile.
- Robledo. M, (2009). Observación participante: el acceso al campo retomado de Guasch O. Observación Participante.; Cuadernos metodológicos N° 20, Madrid: CIS; 1997.

ANEXOS

2. FORMATO ENCUESTA
CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA
DE LA CIUDAD DE PALMIRA - VALLE



FECHA _____ GENERO _____ EDAD _____

OBJETIVO GENERAL

Determinar los tipos de importancia que posee el alcohol en las interacciones sociales de los estudiantes de psicología de la Universidad del Valle - Palmira.

1. ¿Qué opinión te merece que se haga una investigación de consumo de licor en los jóvenes de la universidad?
 Explícanos tu respuesta

2. ¿Asistió Usted a la Bienvenida de Primíparos organizada por el C.E.U.? –CANELAZO-
 SI ____ NO ____

3. ¿Usted consume algún licor?
 SI ____ NO ____ Algunas Veces ____ cual? _____

4. ¿Con que frecuencia consumes licor?

- a) Una Vez a la semana
 b) Una vez al mes
 c) Una vez Cada 15 días
 d) Otra frecuencia Cual _____

5. ¿Si se comparara el consumo de licor en el grado 11 y ahora como primíparos consideras que el consumo de alcohol es?

- a) Igual _____
 b) Mayor _____
 c) Menor _____

Explica tu respuesta

6. Con que conceptos o ideas asocia las siguientes palabras:

- a) Alcohol _____
 b) Bebida alcohólica _____
 c) Licor _____

7. ¿Consumió algún licor en la Bienvenida de Primíparos (Canelazo)?

SI ____ NO ____ Si su respuesta es afirmativa identifique el tipo de licor que consumió _____

8. ¿Qué es el canelaso?
Explica tu respuesta

9. ¿Consumió Usted el Canelaso?

SI ☐ NO ☐ En dos palabras diga usted que significa para usted el canelaso _____

10. ¿El Canelaso Representa para ti un licor?

SI ☐ NO ☐

Explícanos tu respuesta

11. ¿Vio usted la presencia de licor en la bienvenida de primiparos?

SI ☐ NO ☐ Si tu respuesta es afirmativa que tipo de licor vio

12. ¿Para usted que significa la presencia licor en la bienvenida de primiparos?

Explícanos tu respuesta

13. ¿Considera usted que la presencia de licor influye en el sentido de la reunión?

Si ☐ No ☐

Explícanos tu respuesta

14. Según tu respuesta anterior ¿Consideras que el licor influyó en la calidad de la interacción?

Califica la integración

a. Excelente ☐

b. Buena ☐

c. Regular ☐

d. Mala ☐

Explícanos tu respuesta

15. ¿Cómo valoras el consumo de licor en la universidad? Marca con una X en la siguiente escala donde 1 es el menor consumo y 10 el más alto consumo.

1---2---3---4---5---6---7---8---9---10

Explícanos tu respuesta

16. ¿Cuál es la bebida que más se consume?

Para usted en 3 palabras que representa:

Whisky _____

Ron _____

Vino _____

Aguardiente _____

Cerveza _____

17. ¿Ahora como ves el consumo de alcohol en los otros semestres?

a. Igual _____

b. Mayor _____

c. Menor _____

Explica tu respuesta

18. ¿Fuera de la actividad de primiparos –CANELAZO- ha habido otra actividad o actividades promovida por la universidad o por ustedes mismos donde se halla consumido alcohol?

SI ____ NO ____

Si tu respuesta es afirmativa cual sentido le darías a la presencia de alcohol ahí

19. ¿De las preguntas anteriores que tú respondiste cual o cuales consideras que marcan una diferencia con respecto al género?

Espacio para anotaciones

NOTA: La información suministrada en este instrumento es de carácter confidencial y será utilizada solo con fines académicos para la realización de la presente investigación.

3. FORMATO ENCUESTA # 2

EL ALCOHOL COMO OBJETO SIMBOLICO EN LA MEDIACIÓN DE LAS INTERACCIONES SOCIALES DE
JOVENES ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE - PALMIRA



FECHA _____ GENERO _____ EDAD _____

1.- Que ritos o rituales hay cuando a la hora de consumir licor y cuáles de estos practicas tu o tu grupo

2.- Has visto publicidad alusiva al consumo de alcohol y que opinión te merece esta publicidad

ENCUESTA

EL ALCOHOL COMO OBJETO SIMBOLICO EN LA MEDIACIÓN DE LAS INTERACCIONES SOCIALES DE
JOVENES ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE - PALMIRA



FECHA _____ GENERO _____ EDAD _____

1.- Que ritos o rituales hay cuando a la hora de consumir licor y cuáles de estos practicas tu o tu grupo

2.- Has visto publicidad alusiva al consumo de alcohol y que opinión te merece esta publicidad

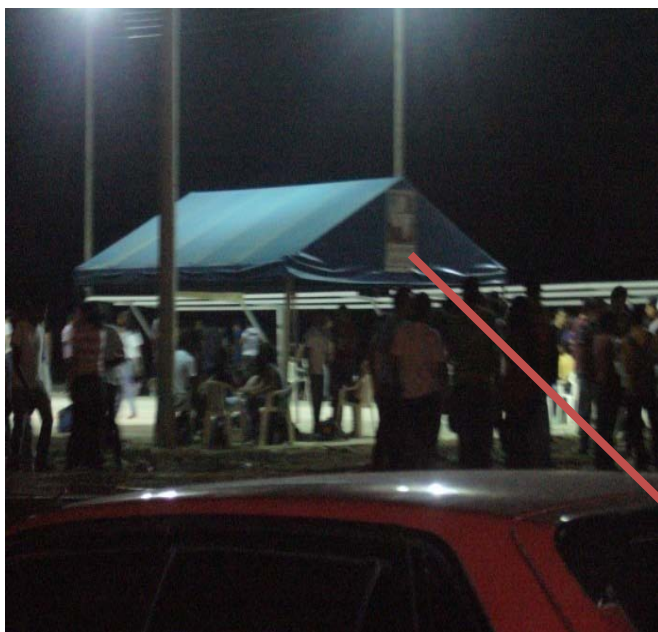
FIESTAS DE PRIMIPAROS UNIVALLE PALMIRA (FEBRERO – JULIO 2010)

	ESPACIO	OBJETO	ACTOS	ACTIVIDADES	EVENTOS	TIEMPO	ACTORES	OBJETIVOS	SENTIMIENTOS
ESPACIO	El lugar de reunión fue la universidad del Valle Palmira, en la cancha de futbol, la cual contaba con buena iluminación	Los jóvenes estaban reunidos por grupos y en cada uno de ellos había una botella de aguardiente.	Unos estudiantes ponían la música debajo de una carpa y los otros reunidos en grupos.	Las actividades se realizan alrededor de la cancha.	Se Presento una eventualidad, donde un miembro del CEU pronuncio un discurso dándole la bienvenida a los primiparos.	No ocurrieron	Alrededor de la cancha de futbol.		
OBJETOS	En la cancha de futbol de la universidad	Algunos tomaron aguardiente antioqueño	Rondas de licor	En la actividad de conversar, el objeto siempre se encontraba en el centro	Se mantuvieron en el mismo sitio	En pasar rondas de licor y ofrecer a los recién llegados	En la toma del mismo.	En la toma de licor para compartir y estar contentos	Alegría
ACTIVIDADES	Cancha de futbol	Realizar colectas para la compra del licor, conversar, compartir y reunirse alrededor del licor	Cancha de futbol	Bailar, conversar, tomar, reír y tomar fotos	Las actividades se suspendieron cuando empezó el discurso, pero algunos estudiantes empezaron a conversar a pesar que no había terminado el discurso.	En general siempre hubieron personas bailando, conversando o tomando licor	Cuando están haciendo rondas de licor		Al bailar se abrazaban o besaban

FOTOS OBSERVACIÓN FIESTA DE PRIMIPAROS



Olla del Canelazo



Carpa donde ponían la música



Jóvenes llegando a la fiesta



Estudiantes bailando



Estudiantes conversando



Grupos de estudiantes



Botella de licor



Grupos de estudiantes



Botellas de licor

ENTREVISTA

David Guzmán

10° semestre de Psicología

24 años

- 1. ¿David qué opinas que se realice una investigación acerca del consumo de alcohol aquí en la universidad?**

R/ Fabuloso, de hecho no solo sobre el consumo de alcohol en la universidad, es fabuloso que se haga cualquier tipo de investigación en la universidad, eso aporta no solo en términos académicos, si no en términos de el efecto social en la universidad. **Respuesta 1**

- 2. Aquí en una de las preguntas pasadas hablas de la integración ¿Qué esperas de esta integración?**

R/ Bueno lo que realmente se espera en primera instancia es que las personas por lo menos conozcan a sus compañeros que ingresan nuevos y de alguna manera los que ingresan sientan que están ingresando a la universidad, y que son acogidos y bienvenidos en la universidad, y la universidad no las aulas de clase solamente. **Respuesta 2**

3. Cuando tú le das el sentido cara a cara ¿Qué alcance tiene esta expresión?

R/ Pues realmente, yo creo que en esta expresión trataríamos como de resumir un poco lo que me preguntabas anteriormente que el objetivo final de la integración es precisamente eso que haya un encuentro cara a cara entre estudiantes, eh de pronto a veces la expresión cara a cara suena como a confrontación, nosotros lo tomamos desde el reconocimiento, desde el ver al otro como estudiante, del ver al otro como compañero, de poder conocerlo al menos físicamente, reconocer los rostros que hacen parte de la universidad, de ya ese vinculo más allá del simple distinguir como se dice en el común se necesita de otras dinámicas. **Respuesta 3**

4. ¿Tú consideras que esta integración tiene su ritual?

R/ Muy curiosa la pregunta porque precisamente en estos días estábamos pensando en eso y de hecho yo utilice esa afirmación hace poco y dije que muchas cosas de las que hacíamos eran más bien un ritual, y si uno mira por completo como se configura la integración que nosotros hacemos como concejo estudiantil si tiene muchas implicaciones de un ritual, por el orden y como va estructurada no es una integración común donde hay música, trago y la gente pues baila, si no que lleva otros contenidos, la fogata, la olla comunitaria una olla donde se hace algo donde todos toman donde todos comparten eso tiene mucho contenido de ritual. **Respuesta 4**

5. **Vamos hacer una pregunta por la presencia dl canelaso primero yo quisiera que me dijeras ¿el canelaso que representa allí y que representan otras bebidas alcohólicas? ¿El canelaso es una bebida alcohólica?**

R/ Yo diría que no, no porque te lo decía la otra vez inicialmente no se utiliza ninguna bebida con alto grado de alcohol, ni aguardiente ni ron ni Whiskey menos, se utiliza un aperitivo de aguardiente y pues obviamente muy poca cantidad. **Respuesta 5**

6. **¿Qué significa el canelaso para ti?**

R/ Pues el canelaso como bebida pues ya lo decía un poco antes es un poco reencontrarnos con parte de lo que es una raíz cultural, es una bebida que tiene algo de historia y como evento como integración le llamamos así Canelaso es ese encuentro con mis compañeros, es poderles decir a quienes están y a quienes ingresan nuevos es presentarle un grupo de muchachos un grupo de estudiantes que están dispuestos y siempre han estado dispuestos a trabajar por ellos es decirles hola, bienvenidos aquí estamos nosotros también para recibirles este espacio es parte de ustedes es para que ustedes lo ocupen es para que ustedes se lo tomen. **Respuesta 6**

7. **¿Qué sentido tiene el canelaso y que se espera del canelaso?**

R/ Bueno eh no sé si soy un poco reiterativo al decir que el sentido que tiene es el del poderle dar a los muchachos nuevos y que ya están aunque quienes estén ya lo hayan vivido también tiene la oportunidad de volverlo a vivir y a quienes ingresan un espacio de encuentro diferentes a las aulas de clase, porque la universidad si bien tiene como objetivo también formar académicamente porque ese es uno de los principales objetivos de la universidad, sin embargo no es el único y no debería ser el único pero digamos por las dinámicas propias de nuestra universidad o de nuestra sede más bien es mucho lo que se ve, en la universidad del valle sede Palmira y en general las universidades sedes regionales de la universidad del valle se limitan un poco al aula de clase, se limitan un poco a lo que el profesor puede dar y puede entregar un poco en el aula de clase y otros espacios no existen porque no hay la capacidad para hacerlo o no existe porque no hay la voluntad y disposición para hacerlo o no existen porque están definitivamente vetados, entonces el sentido que nosotros queremos darle al canelaso, fuera de los salones de clase en los salones se habita en otros espacios la universidad favorece otros espacios, si la invitación del canelaso es de esparcimiento y digamos pues como relajado y como tranquilo poco académico para ser honesto pero si tiene la invitación de que mire este espacio existe pero también existe el espacio de cómo estudiantes podemos estar en el debate podemos encontrarnos en la reflexión, en la investigación y en el estudio, es ir más allá de los salones de clase. **Respuesta 7**

- 8. Otra pregunta ¿Sabemos que en esta actividad ya se presentan otras bebidas como aguardiente, cerveza que representa la presencia de esas bebidas allí?**

R/ Yo voy a dar una opinión personal en este caso, en ocasiones yo siento que presentan un obstáculo que hemos tolerado, porque muchas veces la presencia de otras bebidas hacen perder el sentido de lo que queremos mostrar y lo que estamos tratando de decir, pero a la vez nosotros hemos sido tolerantes con eso, hemos dicho a no listo como es un espacio de tolerancia, de relajó, de respeto de poder venir y ver al otro, de alguna manera decir lo que vos quieras, `por que como te lo decía la otra vez el micrófono está abierto por ejemplo si vos quieras pararte allá y tirarte una poesía, o una arenga, lo único que nosotros decimos cero amenazas, de resto vos podes decir lo que quieras frente al micrófono, entonces digamos en aras de ser tolerantes, hemos sido permisivos también aunque se haga el llamado, vea no es un espacio de tal cosa, es un espacio para encontrarnos para integrarnos, pero se ha sido tolerante. **Respuesta 8**

- 9. ¿Pero tú crees que la presencia de ello ha afectado la presencia y lo moderan ? (Alcohol)**

R/ La otra vs se lo dije a Mónica que moderan el consumo ¿Pero por qué crees que lo moderan? Porque estamos agenciando nosotros hay, yo creo que el CEU este a la cabeza digamos que es un control permanente, un control no digamos

que autoritario, pero el estar metiendo a la gente en otras dinámicas es decir que por ejemplo en medio de la rumba te pongan a escuchar poesía pues baja el tono y es decir mire aquí estamos también para otras cosas, que en medio del parrandon vallenato a vos te pongan a ver un acto cultural como un cuentero como a alguien declarando poesía o como a alguien haciendo teatro callejero pues es también decir mira que el espacio no es para embriagarse, no es para armar el currinche, se puede pero no del todo, entonces yo creo que eso ha sido bien importante, la estructura y formación del canelaso ha sido importante para que ese consumo sea moderado. **Respuesta 9**

10. ¿Tú crees que el sentido de la actividad de la a la gente como para que se ubique?

R/ Si mucho yo diría por ejemplo lo del discurso que se maneja de bienvenida yo creo que de entrada la gente ve muchos estudiantes reunidos y escucha la música y entonces se va para allá y dicen hoy hay yo que se una tarde cervecera o cualquiera de los otros eventos que se hacen aquí, pero cuando llega y escucha el discurso que es el de aclararle que es la universidad del valle, que significa que voz seas estudiante de la universidad del valle y de una universidad pública para que nos reunimos hoy aquí, entonces como que la gente dice hoy no es aquí la rumba pues. **Respuesta 10**

11. ¿Cuándo hablas acerca de las ambigüedades que se presentan aquí acerca de lo formal que está estipulado en la regla que no se permite el consumo de

alcohol, como crees que es manejado por las personas que manejan la institución como se da esa ambigüedad de que no se puede consumir pero sin embargo como lo decías hay tardes cerveceras que desde la experiencia?

R/muchas veces desde una discusión por un reclamo de un estudiante de un asunto académico preguntas por un artículo que está en el estatuto general de la universidad o que está en el acuerdo 009 y te encontrar cosas como espere un momentico si, se van a buscar el acuerdo y a mirar si es cierto lo que uno está diciendo, entonces yo creo que se ha sido tolerante con eso desde la ignorancia del reglamento o desde la ignorancia de la norma, también es porque en otras ocasiones por la misma dinámica o situaciones que se presentan en la universidad no estoy diciendo que esté de acuerdo con eso si no que es una de las justificaciones que se han encontrado, digamos un ejemplo estudiante que necesitan ir a un congreso entonces la sede no utiliza un recurso como tal, sin embargo ese recurso se puede dar a través de la principal pero el tramite es complicado para quienes estamos en las regionales entonces se toma la decisión fácil, le dicen a los muchacho nosotros les facilitamos digamos el espacio para que ustedes hagan una actividad donde ustedes puedan recaudar esos fondos y pues a los muchachos son jóvenes y lo que se les ocurre es no pues hagamos una rumbita o algo que llama la atención entonces la universidad dice nosotros dijimos que les prestamos el espacio para que lo hagan. **Respuesta 11**

12. En tres palabras me vas a decir que representa para ti el Whisky, el Vino , el aguardiente, y el canelazo

R/ Whisky: Elitista, caro, dañino

Vino: Ritual, rico, barato

Cerveza: Buena no tanta

Ron: Veneno, Feo, Dañino

Aguardiente: Barato, Muy Dañino

Canelaso: Histórico, Ameno, Ritual

13. Al comienzo de la entrevista nos decías que los muchachos a atreves del canelaso se presenta un espacio para conocerse e ir más allá de quien esta mas delante de mi puesto quien está en el otro salón. ¿Consideras que la calidad de la integración de los muchachos mejora a partir del consumo de una bebida alcohólica?

R/ Podría ser porque a nosotros nos han metido esa idea entorno al licor podemos reunirnos y podemos ser felices de alguna manera y eso pues está presente en muchas integraciones no solo de jóvenes si no de todo el mundo, tenemos una cultura del alcohol, sin embargo yo creo que la calidad de la integración ya la entra a mediar la estructura y la integración de lo que se plantee eso le da la calidad de la integración es ahí donde el alcohol pasa a estar a un segundo plano, yo diría como algo así el que puede haber alcohol es como una motivación y un aliciente para asistir, pero el que se logre algo bueno con esa integración lo determina como se programa y como se estructura y el contenido de lo quien lo estructura. **Respuesta 13**

14. ¿En otro tipo de actividad digamos Tarde cervecera hay una integración como está determinada?

R/ Aquí está determinada por el alcohol, por lo que se ofrece es eso poder consumir alcohol en la universidad eso es lo interesante de esta actividad, si tu lees los carteles de las audiciones lo interesante es eso poder consumir alcohol dentro de la universidad. **Respuesta 14**

15. Tú hablas algo de cultura ¿Desde donde crees que se construye esa cultura?

R/ la cultura del consumo es importada por una lado y muy bien asumida por el otro, yo creo que los medios de comunicación primero juegan un papel muy importante, partamos del hecho que el alcohol es una droga y trae muchos riesgos a nivel neurológico a nivel social, y aun así es algo dentro de la ley está permitido al menos que esté haciendo escándalo en la vía pública usted nunca lo van a detener por llevar una botella de whiskey en la mano o de aguardiente, entonces digamos que la permisividad de la ley y el efecto mismo del alcohol que es desinhibitorio y todas las otras cosas que le asocian al alcohol , y además que el alcohol ha permitido saber a la gente no se que uno borracho es mas macho o más valiente, pero al menos es lo que se ha entendido que vos ebrio sois más divertido o más inteligente o mas de todo, entonces todo eso junto la permisividad de la ley, que te estén bombardeando con publicidad, con anuncios, con la posibilidad de conseguirlo, si los rituales que hemos consagrado en la sociedad moderna casi siempre están mediados por el alcohol, voz ves una fiesta de quince que es un ritual tiene que haber alcohol, ceremonias de grado, bueno

todo lo demás que uno conoce siempre se le atraviesa el consumo de alcohol, digamos que se ha vuelto para muchos, para la mayoría normal consumir alcohol es divertirse es estar en fiesta o por el otro lado es castigarse, es la ambigüedad que es algo malo, es divertirse o castigarse es un arma multiuso esta barato, hay tragos para todos los bolsillos, que nadie te juzga por eso a acepción de la mamá que le diga usted es un borracho, pero la sociedad no te condena tan fuerte mente, al menos que uno ya llegue demasiado hondo por consumir alcohol, nadie te juzga por esto a diferencias con otras drogas, entonces todo esto ha permitido que todo el mundo lo acepte por qué sirve para muchas cosas, que es accesible para nosotros. **Respuesta 15**

16. ¿Tú crees que es un imaginario que la gente que llegue a la universidad empiezan a consumir más alcohol?

R/ Si Yo diría que sí, sí por una sencilla razón y yo me remito a los muchachos nuevos, Si uno revisa las edades están entre los 16, 17 18 y menores de 20 en su mayoría recién termina colegio, digamos que el colegio es una época donde hay algún control familiar, porque en su casa saben que en el colegio estudias de 6:30 a 12:30 si usted llega a las 2 de la tarde le van a decir donde se quedo a un mayor control dentro de la familia sin embargo cuando se entra a la universidad ese control desaparece porque uno puede salir de clase y quedarse hasta la 6 o 7 de la noche haciendo un trabajo, digamos hay una mayor libertad y flexibilidad en los horarios, y podría ser que hay una mayor libertad y poder hacer lo que no se podía hacer cuando estamos en el colegio, como que hay una cultura del ebrio,

porque casi siempre hay un borracho dentro de la familia, y en toda fiesta hay un tío borracho, entonces el muchacho al romper con esa rigurosidad de horario y de tareas entonces de alguna manera podemos hacer otras cosas y en esas otras cosas esta consumir alcohol y se juntan con otros que están pensando en lo mismo, pues yo como estudiante lo he vivenciando y he conocido a muchos que en la universidad es su primera borrachera, y es mas para mucho es la primer ves que beben estando en la universidad y arrancan desde ahí y es su primera vez que fuman y marihuana, para muchas cosas la universidad es el punto de partida y también porque se les empieza a mirar como adultos, no se usted ya está en la universidad y las rupturas de esas cadenas significa hagamos de todo ya que estamos libres, eso no quiere decir que se mantengan, yo he vistió mucha gente de 1 o 2 semestre es mucho de las guachafitas en la semana o fin de semana pero al transcurrir de los semestres van cambiando y uno van viendo mas aplome eso pasa en muchos aunque hay otros que llegan a 10 semestre y siguen en las mismas. **Respuesta 16**

PRIMER SONDEO

Total Estudiantes 43

Mujeres: 32

Hombres: 11

1. ¿Qué opinión te merece que se haga una investigación de consumo de licor en los jóvenes de la universidad?

Explícanos tu respuesta

- Buena, ya que así establecen aptitudes de los jóvenes – y rompen ciertos mitos respecto a la vida universitaria. **Sujeto #1, Respuesta 1**
- Me parece buena, se estaría mostrando niveles de alcoholismo que hay en nosotros los jóvenes. **Sujeto #2, Respuesta 1**
- Bien, porque las reuniones juveniles solo son para tomar y esto ha aumentado el alcoholismo juvenil. **Sujeto #3, Respuesta 1**
- Bien, la tendencia de consumo de licor en jóvenes es cada vez más y en edades tempranas. **Sujeto #4, Respuesta 1**
- Buena, ya que así podríamos ver que tan adictos son los jóvenes de la universidad al licor. **Sujeto #5, Respuesta 1**
- Importante, porque la verdad la mayoría de las personas solo nos divertimos por medio del alcohol. **Sujeto #6, Respuesta 1**

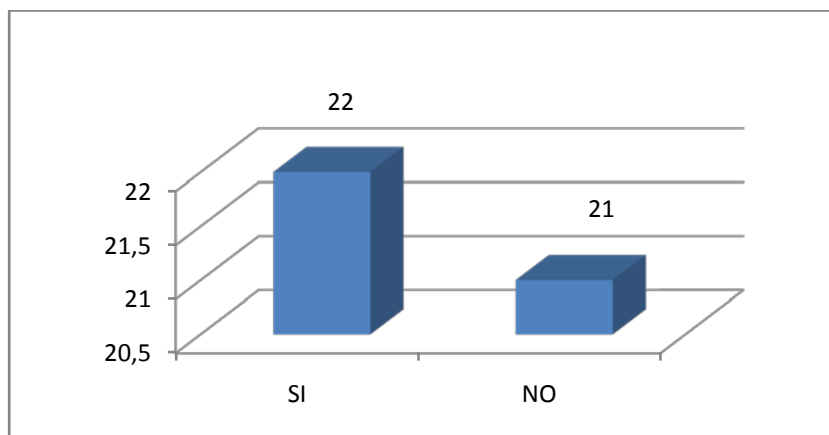
- Califica la calidad de individuos en términos de asimilación de esta sustancia y plantea un esquema regular sobre “tendencias adictivas”. **Sujeto #7, Respuesta 1**
- Muy buena debemos Conocer hasta qué punto la juventud gasta su tiempo y dinero en licor. **Sujeto #10, Respuesta 1**
- Importante, porque la tasa de consumidora ha crecido notablemente y mas en jóvenes menores de edad. **Sujeto #11, Respuesta 1**
- Buena, se observa la conducta juvenil creciente al consumo del alcohol. **Sujeto #38, Respuesta 1**
- Para saber porque es indispensable para ellos. **Sujeto #28, Respuesta 1**
- Bien, porque así se puede tener una idea más clara hasta qué punto el licor se ha vuelto importante. **Sujeto #27, Respuesta 1**
- Valido, ya que el consumo de alcohol es un tema actual, una problemática social latente entre los miembros de la comunidad estudiantil de manera precisa. **Sujeto #37, Respuesta 1**
- Muy bien, pues yo no estoy de acuerdo con el consumo de bebidas alcohólicas y con esta investigación no se queda solo en investigación son muchas cosas que se pueden prevenir. **Sujeto #18, Respuesta 1**
- Bien, si se hace para realizar programas que ayuden a concientizar a los estudiantes. **Sujeto #29, Respuesta 1**
- Interesante, ya que muchas veces los jóvenes no son conscientes del consumo y son muchos los que consumen licor. **Sujeto #39, Respuesta 1**
- Nos puede dar datos para conocer en qué medida se consume esta sustancia en los jóvenes de la universidad. **Sujeto #40, Respuesta 1**

- Es un índice para ver en que estamos nosotros en cuanto al consumo de alcohol y hacer un análisis de la realidad que se vive. **Sujeto #41, Respuesta 1**
- Buena, Podemos saber la intensidad del consumo de alcohol en nuestra univalle y ayudar. **Sujeto #22, Respuesta 1**
- Buena, podemos ver la frecuencia con se alcoholizan los jóvenes teniendo en cuenta que estamos jóvenes y algunos menores de edad. **Sujeto #23, Respuesta 1**
- Muy buena idea, ya que en el tiempo que estamos el alcohol genera problemáticas en personas cada vez mucho más jóvenes. **Sujeto #31, Respuesta 1**
- Buena idea, porque la gente **piensa que para pasar un excelente rato debe consumir alcohol.** **Sujeto #33, Respuesta 1**
- Bien, estadísticas de los jóvenes que consumen alcohol dentro de la universidad para que con esto aquellos que consumen se les pueda hacer una rehabilitación según su voluntad. **Sujeto #42, Respuesta 1**
- Bien, informar y ayudar contener un poco el alcoholismo juvenil pero no que lo prohíban. **Sujeto #17, Respuesta 1**
- Muy bueno, para que se enteren de la problemática de la juventud hoy día. **Sujeto #16, Respuesta 1**
- El alcohol es parte de la socialización de los jóvenes de hoy y se debe ahondar en el papel que juega el licor en las relaciones sociales. **Sujeto #15, Respuesta 1**
- Oportuna y Adecuada, porque para nadie es un secreto que los jóvenes y menores de edad empiecen desde temprano el consumo. **Sujeto #34 Respuesta 1**
- Interesante, aunque los jóvenes no van a aceptar que consumen por muy confidencial que sea la encuesta. **Sujeto #24, Respuesta 1**

- Me da igual, porque van a seguir consumiéndolo.
- Buena, para hacer un análisis de cuanto ha aumentado el consumo de alcohol y ver los efectos que produce. **Sujeto #35, Respuesta 1**
- Bastante Importante, es preocupante la cantidad de licor que consumen los jóvenes hoy en día. **Sujeto #14, Respuesta 1**
- Muy buena, porque hay jóvenes que consumen mucho licor. **Sujeto #36, Respuesta 1**
- Interesante, Algo que se ve mucho y es bueno conocer el trasfondo. **Sujeto #13, Respuesta 1**
- Muy bien, porque así se puede tener una información global acerca del consumo de esta en la juventud y tomar control. **Sujeto #12, Respuesta 1**
- Muy buena, ahí se ve que tan degenerada esta la Juventud. **Sujeto #25, Respuesta 1**
- Muy Bien, Disminuir y eliminar el consumo de licor en las universidades. **Sujeto #20, Respuesta 1**
- Propicio, conocer lo que induce el alcohol en la sociedad universitaria. **Sujeto #26, Respuesta 1**

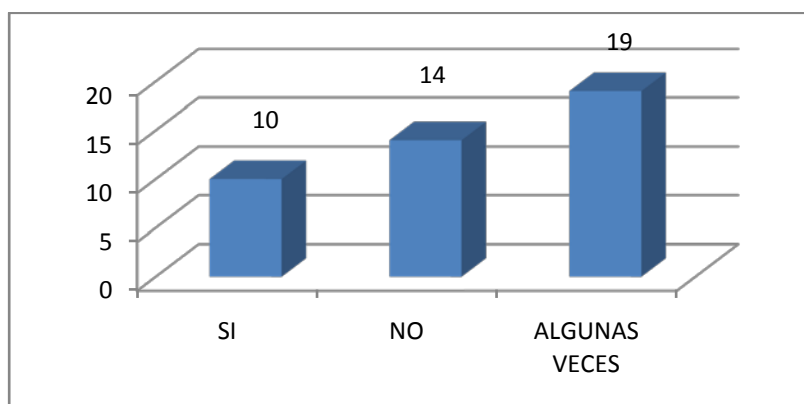
2. ¿Asistió Usted a la Bienvenida de Primíparos organizada por el C.E.U.? – CANELAZO-

SI ____ NO ____

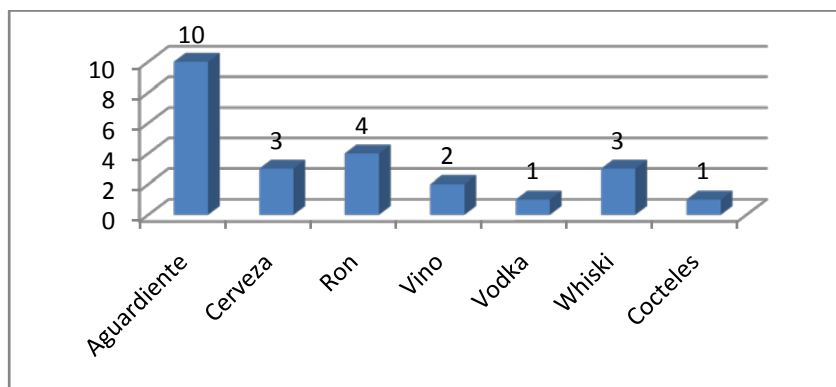


3. ¿Usted consume algún licor?

SI ____ NO ____ Algunas Veces ____ cual? ____



*¿Cual?



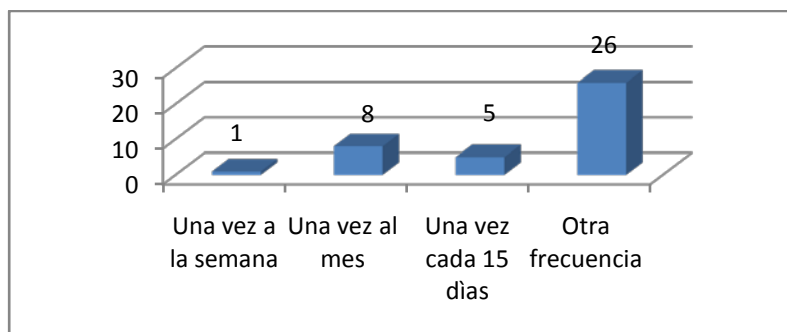
4. ¿Con que frecuencia consumes licor?

e) Una Vez a la semana

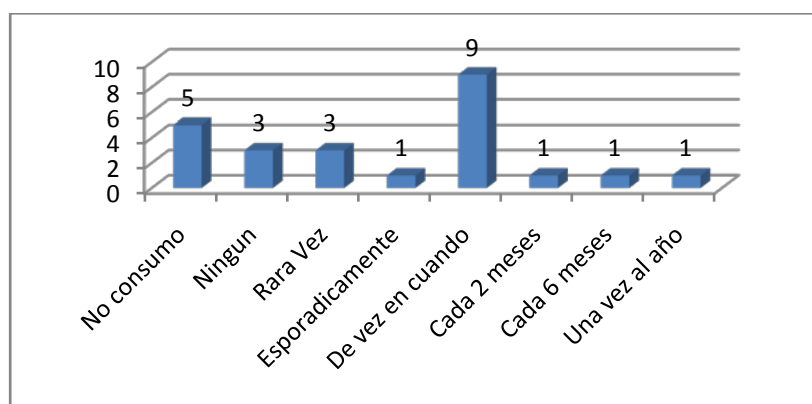
f) Una vez al mes

g) Una vez Cada 15 días

h) Otra frecuencia Cual _____



Cual

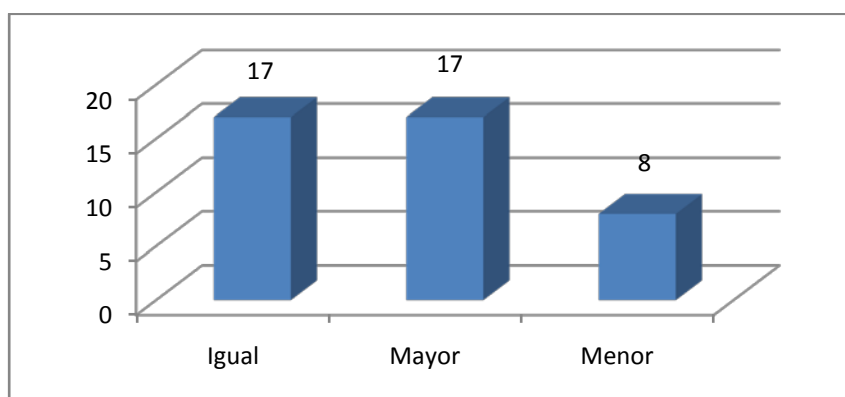


5. ¿Si se comparara el consumo de licor en el grado 11 y ahora como primíparos consideras que el consumo de alcohol es?

d) Igual _____

e) Mayor _____

f) Menor _____



Explica tu respuesta:

- No me gusta, amargo pela la garganta inmundito. **Sujeto # 1, Respuesta 5**
- Más libertad que antes y algunos alcanzan o alcanzamos la mayoría de edad. **Sujeto #2, Respuesta 5**
- En el colegio me quedaba más tiempo. **Sujeto # 3, Respuesta 5**
- En el colegio es mayor porque había más tendencia a la rumba cada 8 días, era mucho descontrol, ahora hay que estudiar más. **Sujeto #4, Respuesta 5**
- En la universidad hay mas rumba, mas consumo de licor es una ambiente muy diferente de más libertad. **Sujeto #6, Respuesta 5**

- Antes tenía más tiempo para compartir con mis amigos. **Sujeto #8, Respuesta 5**
- No es lo mismo el ambiente escolar al universitario hay más libertinaje. **Sujeto #10, Respuesta 5**
- El tiempo es dedicado al estudio y la investigación. **Sujeto #9, Respuesta 5**
- En el colegio hay un mínimo de control y por parte de la familia, en la universidad se creen más grandes e independiente. **Sujeto #11, Respuesta 5**
- No Consumo alcohol si lo hago en pocas cantidades. **Sujeto #43, Respuesta 5**
- No Consumo alcohol.
- Se toma lo mismo en el colegio que en la universidad. **Sujeto #22, Respuesta 5**
- La decisión consumir licor al entrar a la universidad depende de la persona. **Sujeto #24, Respuesta 5**
- Ahora no queda tiempo para rumbeear te toca leer de día y de noche. **Sujeto # 37, Respuesta 5**
- No Consumo alcohol
- Siempre he consumido licor en reuniones sociales controladamente. **Sujeto #34, Respuesta 5**
- Para mi es igual ya que no consumo uno puede pasarla bien y estar alegre sin necesidad de tomarse las copitas o cervecita. **Sujeto #33, Respuesta 5**
- Me parece que es igual porque no se trata de en qué grado estés o si estás en la universidad, solo que es un gusto individual. **Sujeto #31, Respuesta 5**
- Obvio sea más porque en la universidad hay más libertad. **Sujeto #30, Respuesta 5**
- Hay más libertad, más dinero y manejamos nuestros horarios. **Sujeto #29, Respuesta 5**

- Jóvenes abiertos a cualquier consumo por las relaciones con sus compañeros y más libertad. **Sujeto #28, Respuesta 5**

- En la universidad hay más espacios para consumir alcohol. **Sujeto #26 Respuesta 5**

- No sabría definirlos.

- No creo que en la universidad se consuma más. **Sujeto #22, Respuesta 5**

- Tengo un bebe y no salgo mucho. **Sujeto #23, Respuesta 5**

- En el cole y la universidad se reúnen cada fin de semana a reuniones es tomar. **Sujeto #40, Respuesta 5**

- En la universidad se consume más. **Sujeto #15, Respuesta 5**

- Influye más que a uno le guste. **Sujeto # Respuesta 5**

- Igual yo casi no tomo.

- Hay mucha más libertad en la universidad. **Sujeto #10, Respuesta 5**

- No me gusta.

- No hay mucho tiempo libre. **Respuesta #12, Respuesta 5**

6. Con que conceptos o ideas asocia las siguientes palabras:

a) Alcohol

b) Bebida Alcohólica

c) Licor

a) Alcohol:

-Infección. **Sujeto #3, Respuesta 6A**

-Rumba. **Sujeto #5, Respuesta 6 A**

- Fiesta. **Sujeto #6, Respuesta 6A**
- Bebida alcohólica. **Sujeto #4, Respuesta 6 A**
- Desinfecta, arde, ayuda a la higiene. **Sujeto #8 Respuesta 6A**
- Malo. **Sujeto #10, Respuesta 6A**
- Medicina, Libertad, control, opresión. **Sujeto #9, Respuesta 6 A**
- Actividad quirúrgica, herida. **Sujeto #11, Respuesta 6A**
- Licor. **Sujeto #17, Respuesta 6 A**
- Uso farmacéutico. **Sujeto #39, Respuesta 6 A**
- Antiséptico. **Sujeto #37, Respuesta 6A**
- Visio. **Sujeto #13, Respuesta 6A**
- Desinfectante. **Sujeto #12, Respuesta 6 A**
- Hospital. **Sujeto #26, Respuesta 6A**
- Etilico. **Sujeto #20, Respuesta 6 A**
- Compuesto líquido para desinfectar. **Sujeto #12, Respuesta 6A**
- Fin de semana. **Sujeto #32, Respuesta 6 A**

b) Bebida Alcohólica:

- Cerveza,, Aguardiente **Sujeto #1, Respuesta 6B**
- Porcentaje de alcohol. **Sujeto #2, Respuesta 6B**
- Resaca. **Sujeto #3, Respuesta 6B**
- La que se toma en la rumba. **Sujeto #4, Respuesta 6 B**
- Discoteca. **Sujeto #5, Respuesta 6 B**
- Diversión. **Sujeto #6, Respuesta 6B**

- Líquido de alcohol que embriaga. **Sujeto #12, Respuesta 6 B**
- Pésimo. **Sujeto #10, Respuesta 6 B**
- Goce. **Sujeto #9, Respuesta 6 B**
- Enfermedad. **Sujeto #42, Respuesta 6 B**
- Canelazo. **Sujeto #43, Respuesta 6 B**
- Proceso de fermentación. **Sujeto #11, Respuesta 6 B**
- Niveles de alcohol: **Sujeto #39, Respuesta 6 B**
- Mezcla homogénea. **Sujeto #37, Respuesta 6 B**
- Alcohol. **Sujeto #26, Respuesta 6B**
- Amigos. **Sujeto #34, Respuesta 6B**
- Licor. **Sujeto #20, Respuesta 6B**
- Borrachera. **Sujeto #13, Respuesta 6B**

c) Licor:

- Bebida que contenga licor. **Sujeto #2, Respuesta 6C**
- Problemas. **Sujeto #3, Respuesta 6C**
- Bebidas con alcohol. **Sujeto #4, Respuesta 6C**
- Estanco. **Sujeto #5, Respuesta 6C**
- Embriagarse. **Sujeto #6, Respuesta 6C**
- Asco. **Sujeto #9, Respuesta 6 C**
- Malestar. **Sujeto #42, Respuesta 6 C**
- Bebida, alcohólica: **Sujeto #8, 12, Respuesta 6C**
- Nocivo para la salud. **Sujeto #37, Respuesta 6 C**

-Psicoactivo. **Sujeto #34, Respuesta 6C**

-Amigos. **Sujeto #23, Respuesta 6 C**

-Alteración del estado. **Sujeto #20, Respuesta 6 C**

-Bebida alcohólica. **Sujeto #39, Respuesta 6 C**

-Diciembre. **Sujeto #17, Respuesta 6 C**

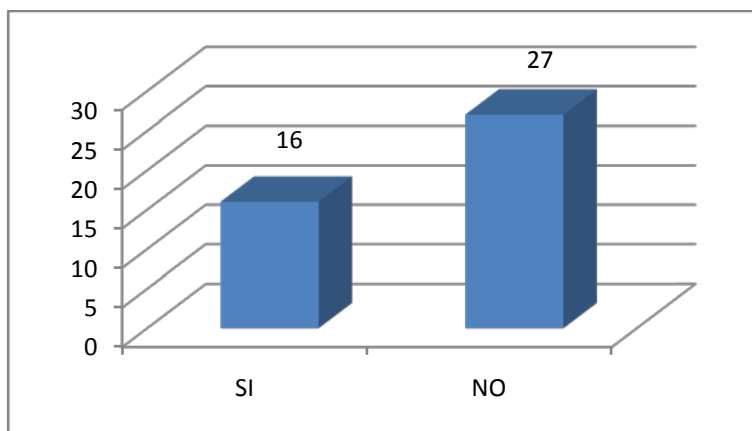
-Guayabo. **Sujeto #13, Respuesta 6 C**

Las tres son lo mismo

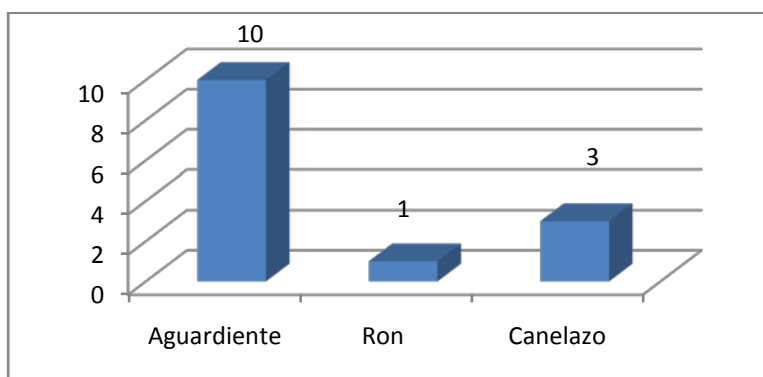
7. ¿Consumió algún licor en la Bienvenida de Primíparos (Canelaso)?

SI ____ NO ____

Si su respuesta es afirmativa identifique el tipo de licor que consumió



Si Su respuesta es afirmativa identifique el tipo de licor que consumió



8. ¿Qué es el canelazo?

Explica tu respuesta

- Es similar al agua panela. **Sujeto #1, Respuesta 8**
- Ni idea. **Sujeto #3, Respuesta 8**
- Bienvenida. **Sujeto #2, Respuesta 8**
- Bebida que lleva agua panela y licor. **Sujeto #5, Respuesta 8**
- Aguardiente con limoncillo, clavos, canela y un poco de aguardiente. **Sujeto #6,**

Respuesta 8

- Reunión con elementos Panela + Alcohol + canela. **Sujeto #7, Respuesta 8**
- Integración. **Sujeto #8, Respuesta 8**
- No se – excusas para tomar trago. **Sujeto #10, respuesta R 8**
- Acontecimiento cultural étnico propio de la población universitaria. **Sujeto #9,**

Respuesta 8

- Panela, canela, licor. **Sujeto #11, Respuesta 8**

- Bienvenida realizada a lo primíparos donde se consume agua panela con aguardiente.

Sujeto #12, Respuesta 8

- Ni idea **Sujeto #14, Respuesta 8**

- Ni idea

- Parte de la cultura univalluna, interacción entre estudiantes caracterizado por el canelazo Bebida canela con alcohol. **Sujeto #15, Respuesta 8**

- Aguade panela con canela y aguardiente - integración. **Sujeto #16, Respuesta 8**

- Reunión de bienvenida. **Sujeto #17, Respuesta 8**

- No la conozco. **Sujeto #18, Respuesta 8**

- No sé. **Sujeto #20, Respuesta 8**

- Aguade panela con aguardiente. **Sujeto #19, Respuesta 8**

- Ni idea

- Nunca lo he tomado. **Sujeto #25, Respuesta 8**

- Me imagino que es aguardiente con canela y licor. **Sujeto #26, Respuesta 8**

- Me han dicho que tiene canela, panela y licor. **Sujeto #27, Respuesta 8**

- Integración 3. **Sujeto #28, Respuesta 8**

- Ni idea

- Me dijeron que no sabía bueno. **Sujeto # 30, Respuesta 8**

- Nunca he asistido pero me cuentan que es panela, canela, aperitivo la corte. **Sujeto**

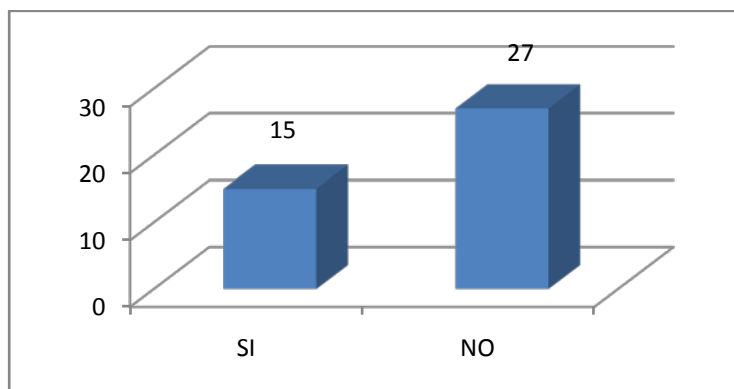
#31, Respuesta 8

- Bienvenida de primíparos. **Sujeto #32, Respuesta 8**

- Ingredientes 7

9. ¿Consumió Usted el Canelaso?

SI ____ NO ____ En dos palabras diga usted que significa para usted el canelaso



-Aguade panela 7. **Sujetos # 1, 37, 38,16, 43, Respuesta 9**

-Bienvenida -Irrresponsabilidad 2. **Sujeto #2, Respuesta 9**

-Integración, socialización. **Sujeto #5, Respuesta 9**

-Bebida agradable. **Sujeto #6, Respuesta 9**

-Sonrisas, Relajamiento. **Sujeto #7, Respuesta 9**

-Relaciones interpersonales. **Sujeto #8, Respuesta 9**

-Canela con algo. **Sujetos #10, 36, 41, Respuesta 9**

- Bienvenida, Motivación. **Sujeto #9, Respuesta 9**

-Compartir, Integrarse. **Sujeto #11, Respuesta 9**

-licor 7. **Sujetos #13, 42, 43, Respuesta 9**

-Mezcla. **Sujeto #17, Respuesta 9**

- Bienvenida, Diversión. **Sujeto #23, Respuesta 9**

-Algo típico de la universidad. **Sujeto #24, Respuesta 9**

-Sencillez, interacción. **Sujeto #28, Respuesta 9**

-Tradición, Cultura. **Sujeto #29, Respuesta 9**

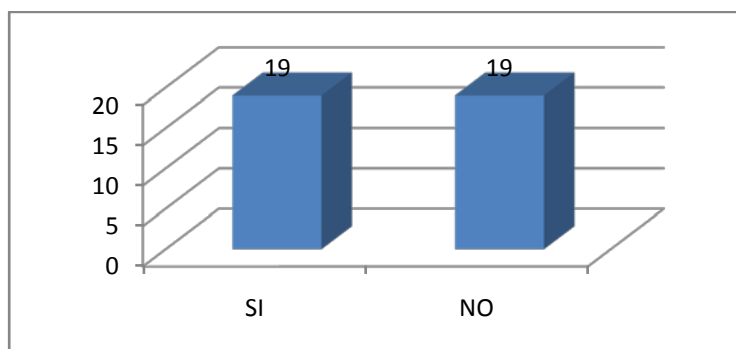
-Licor. **Sujeto #33, Respuesta 9**

-Integración, Conocer gente. **Sujeto #34, Respuesta 9**

-Bebida alcohólica. **Sujeto #40, Respuesta 9**

10. ¿El Canelaso Representa para ti un licor?

SI ____ NO ____



Explicanos tu respuesta

-No sentí licor, contenía alcohol 15. **Sujetos #1, 10, Respuesta 10**

-Bebida con canela. **Sujeto #3, Respuesta 10**

-Es más agua panela con licor. **Sujetos #5, 17, 28, 29, Respuesta 10**

-Alcohol con poca medida. **Sujetos #6, 16, 26, Respuesta 10**

-Integración. **Sujetos #7, 8, Respuesta 10**

-Tiene una bebida alcohólica. **Sujetos #12, 39, Respuesta 10**

-Significa para mi licor. **Sujetos # 15, 41, 42, Respuesta 10**

-Porque tiene aguardiente es una bebida alcohólica. **Sujetos #19, 21, 23, Respuesta 10**

-Es más integración, poco alcohol. **Sujeto #7, Respuesta 10**

-En la mezcla se pierde la esencia del licor. **Sujeto # 40, 43, Respuesta 10**

-No lo probé. **Sujeto #22, Respuesta 10**

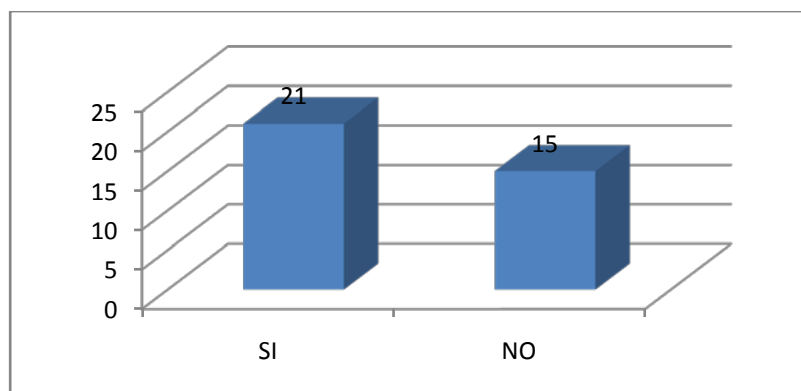
-Simplemente es un aperitivo 3. **Sujetos #25, 27, 34, Respuesta 10**

-Alcohol muy mínimo 5. **Sujetos #31, 38, Respuesta 10**

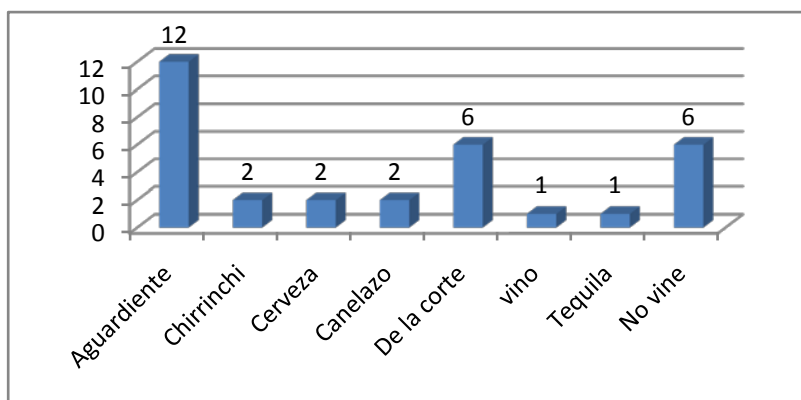
11. Vio usted la presencia de licor en la bienvenida de primíparos?

SI ____ NO ____

Si tu respuesta es afirmativa que tipo de licor vio



Si su respuesta es afirmativa que tipo de licor vio



12. ¿Para usted que significa la presencia licor en la bienvenida de primíparos?

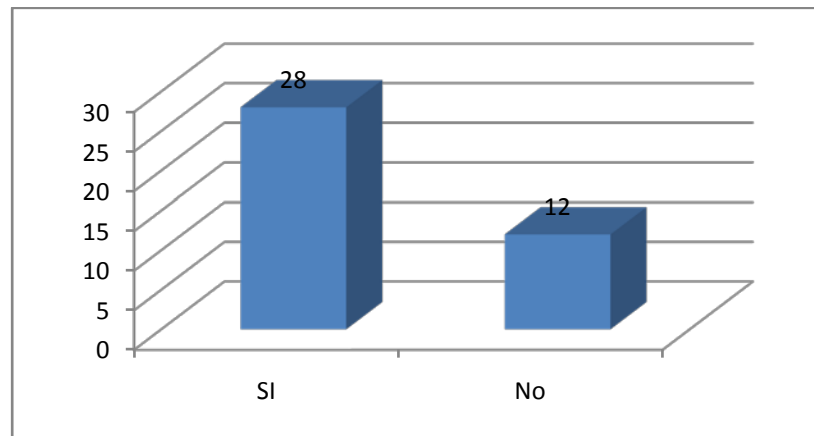
Explícanos tu respuesta

- Supongo que es para la gente que le gusta, una manera de perder la noción de las exigencias de la universidad. **Sujeto #1, Respuestas 12**
- Parte de la cultura es celebrar todo con licor pero para mí no es muy correcto. **Sujeto #2, Respuesta 12**
- Nos dan también la bienvenida a un hueco muy profundo, el del alcoholismo. **Sujeto #3, Respuesta 12**
- Pus es algo como para entrar más en un ambiente de socialización. **Sujeto #5, Respuesta 12**
- Símbolo de integración mediante una bebida sin mucho grado de licor. **Sujeto # 6, Respuesta 12**
- Apertura al ingreso a una nueva etapa, licor: como madurez física - biológica. **Sujeto #7, Respuesta 12**
- Incitan a los jóvenes, cultura. **Sujeto #10, Respuesta 12**
- Es la responsabilidad de cada individuo. **Sujeto # 11, Respuesta 12**
- Los jóvenes piensan que ya somos adultos y responsables para poder beber. **Sujeto # 12, Respuesta 12**
- Lo utilizan como medio de integración el licor no es que me desagrade pero no es la mejor opción. **Sujeto #13, Respuesta 12**
- Diversión con responsabilidad. **Sujeto #16, Respuesta 12**
- Recocho, rumba, alegría. **Sujeto #17, Respuesta 12**

- Rumba
- Para mi representa un Símbolo de “libertad”. **Sujeto #21, Respuesta 12**
- Adaptación a él, pues no sé como incitar, por que venimos entrando a la U y nos enseñan ya a tomar licor, un primer ejemplo con alcohol y te seguirá gustando dependiendo. (mayoría de los casos). **Sujeto #22, Respuesta 12**
- Canelazo algo típico de univalle. **Sujeto #24, Respuesta 12**
- No vi presencia de licor. **Sujeto #25, Respuesta 12**
- Es un ambiente más ameno sin licor no hay posibilidad de socialización. **Sujeto #26, Respuesta 12**
- Significa que hubo una bebida alcohol. **Sujeto #27, Respuesta 12**
- Que hay cierto grado de libertad y que no es reprochable por los directivos, y la manera de los jóvenes supuestamente entrar en ambiente. **Sujeto #28, Respuesta 12**
- Canelazo algo tradicional cultura univalluna. **Sujeto #29, Respuesta 12**
- Pasarla bien. **Sujeto #31, Respuesta 12**
- Integración. **Sujeto #32, Respuesta 12**
- Ambiente de rumba Integración. **Sujeto #34, Respuesta 12**
- No vine. **Sujeto #36, Respuesta 12**
- Una necesidad latente de algunos estudiantes de asociar las reuniones sociales con el consumo de bebidas y sustancias que alteran el comportamiento. **Sujeto #37, Respuesta 12**
- El alcohol es una forma de sentirse más pleno. **Sujeto #32, Respuesta 12**

13. ¿Considera usted que la presencia de licor influye en el sentido de la reunión?

Si_____ No_____



Explícanos tu respuesta

- Es más seguro estar sin licor. **Sujeto #1, Respuesta 13**
- Ya que al embriagarse las personas se alocan por decirlo así se alocan un poco más. **Sujeto #2, Respuesta 13**
- Con el alcohol se relaciona uno mucho mejor. **Sujeto #3, Respuesta 13**
- Obvio para subir el ánimo. **Sujeto #4, Respuesta 13**
- Depende de la forma como se consuma. **Sujeto #5, Respuesta 13**
- Uno se siente más alegre se desinhibe con el licor. **Sujeto #6, Respuesta 13**
- Es una integración no una reunión para tomar. **Sujeto #16, Respuesta 13**
- No es lo mismo estar tomando a no estarlo el comportamiento cambia para mal. **Sujeto #10, Respuesta 13**

- De acuerdo al círculo social que te muevas. **Sujeto # 9, Respuesta 13**
- Lo más importante es tomar con familia. **Sujeto #33, Respuesta 13**
- Hay personas que no saben tomar y pierden el control y eso puede traer muchos problemas. **Sujeto #13, Respuesta 13**
- Es visto como medio de socialización. **Sujeto #15, Respuesta 13**
- Hoy en día supuestamente mejora el ambiente, a mi pensar no es así. **Sujeto #14, Respuesta 13**
- Cuando ingerimos alcohol nuestro estado se altera y casi siempre las cosas terminan en discusiones, peleas. **Sujeto #18, Respuesta 13**
- Se puede hacer un ambiente agradable sin consumir licor. **Sujeto #20, Respuesta 13**
- Pues según la ideología moderna, cambia la reunión, se vuelve más amena y más divertido. **Sujeto #21, Respuesta 13**
- Porque puede haber reuniones sin licor y entretenidas. **Sujeto #22, Respuesta 13**
- Porque cuando no hay licor la fiesta no es igual; cuando su hay alguien se emborracha y hace el show de la noche, algo para contar el día siguiente. **Sujeto #23, Respuesta 13**
- Es la persona que se hace al ambiente con o sin licor. **Sujeto #24, Respuesta 13**
- El sentido de la reunión es pasarla bien y sin licor. **Sujeto #27, Respuesta 13**
- Para cada persona debe de hacer su sentido sin necesidad de alterar su forma de ser. **Sujeto # 28, Respuesta 13**
- Porque si es fiesta o rumba, inicialmente se encuentra licor y hay diferentes ocasiones en las que se puede o no consumir alcohol. **Sujeto #31, Respuesta 13**
- Pienso que rumba sin licor también puede ser buena, reemplazar los juegos de azar. **Sujeto #34, Respuesta 13**

• Claro que influye y yo creo que para mal porque siempre se termina mal, si no que hay peleas, hay embarazos no deseados, enfermedades de transmisión sexual y lo menos peorcito el “guayabo”. **Sujeto #37, Respuesta 13**

• Como lo dije anteriormente muchas personas se relacionan mejor cuando estas tomadas, están contentos, el ambiente se torna más alegre no tan frio. **Sujeto #38, Respuesta 13**

• Se altera el comportamiento. **Sujeto # 40, Respuesta 13**

14. Según tu respuesta anterior ¿Consideras que el licor influyó en la calidad de la interacción?

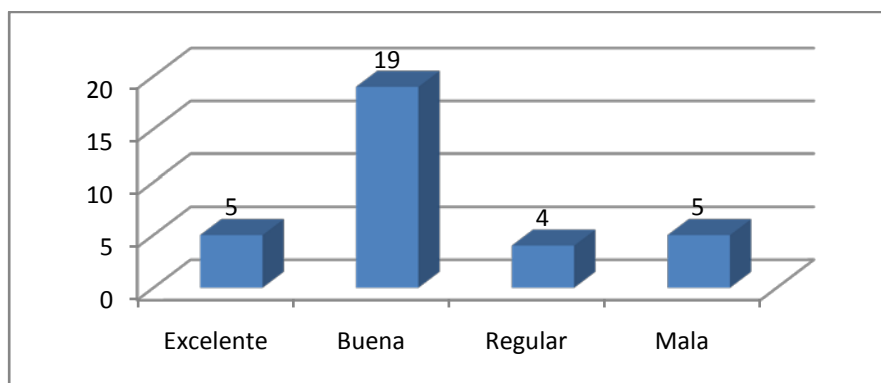
Califica la integración

e. Excelente _____

f. Buena _____

g. Regular _____

h. Mala _____



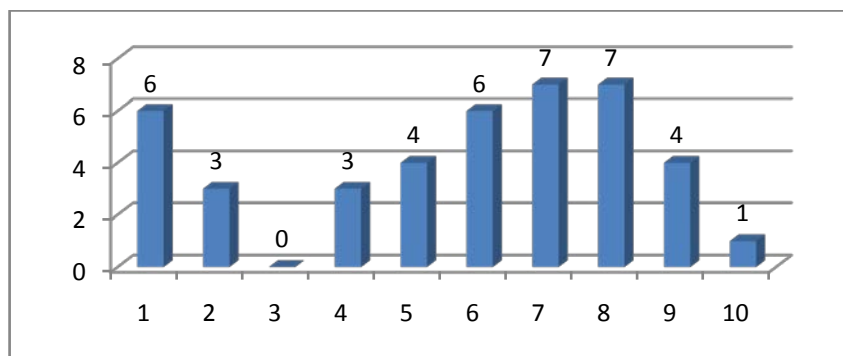
Explícanos tu respuesta

- La reunión era con otra gente fuera del círculo de amigos muchos evitaron consumir alcohol. **Sujeto #1, Respuesta 14**
- Porque la gente es más sociable. **Sujeto #3, Respuesta 14**
- La gente interactúa más fácil con los demás. **Sujeto #5 Respuesta 14**
- Logro que se saliera de la monotonía de la semana a través de esa bebida. **Sujeto #6, Respuesta 14**
- No asistí 4. **Sujetos # 8, 32, 39, Respuesta 14**
- Hablan más estupideces ebrios que sobrios. **Sujeto #10, Respuesta 14**
- No ocurrió nada que afectara a otra persona. **Sujeto #9, Respuesta 14**
- Integración de los individuos de distintas carreras, fue agradable el rato con o sin licor, compartir con los compañeros y demás. **Sujeto # Respuesta 14**
- Yo esperaba más integración con otras carreras. **Sujeto #13, Respuesta 14**
- Para mí interactuar con alguien es mejor estar sobrios. **Sujeto # Respuesta 14**
- Nos integro, estuvimos contentos y confianza. **Sujeto #17, Respuesta 14**
- Nos induce a peleas y conflictos. **Sujeto #20, Respuesta 14**
- Hoy en día donde hay licor hay diversión. **Sujeto #21, Respuesta 14**
- No vine pero mis compañeros me dijeron que estuvo bueno 2. **Sujeto #22, Respuesta 14**
- Para pasarla bien no hay necesidad de tomar. **Sujeto #24, Respuesta 14**
- Todo depende de la persona y de qué medidas se tome el alcohol. **Sujeto #25, Respuesta 14**

- El alcohol ocasiona ciertos problemas. **Sujeto #27, Respuesta 14**
- Hay personas que se vuelven conflictivas con alcohol. **Sujeto #28, Respuesta 14**
- Hubo integración, conocimos gente disfrutamos teatro y música. **Sujeto #29, Respuesta 14**
- Las personas se comportan de manera amistosa y sociable cuando consumen licor. **Sujeto #31, Respuesta 14**
- El licor nos vuelve menos tímidos. **Sujeto #34, Respuesta 14**
- Dan mal aspecto. **Sujeto #36, Respuesta 14**
- Más confianza para relacionarse. **Sujeto #38, Respuesta 14**
- Pa que supimos consumirlo con precaución y con moderación para evitar problemas. **Sujeto #41, Respuesta 14**
- Te quita los prejuicios con la relación que estableces con los conocidos. Sujeto #Respuesta 14
- Según las personas se puede pasar bien o mal con o sin licor. **Sujeto #42, Respuesta 14**

15. ¿Cómo valoras el consumo de licor en la universidad? Marca con una X en la siguiente escala donde 1 es el menor valor y 10 el más alto

1---2---3---4---5---6---7---8---9---10



Explicanos tu respuesta

- Si bien en la universidad es bajo, nunca hacen falta los comentarios de rumbas en las que hubo. **Sujeto #1, Respuesta 15**
- Casi todos toman. **Sujeto #3, Respuesta 15**
- La universidad es relativamente pequeña. **Sujeto #6, Respuesta 15**
- Regularmente se expone la idea de beber licor pero pocas veces se concreta. **Sujeto #7, Respuesta 15**
- Cuando hay integraciones, lo único que hay es licor lastimosamente. **Sujeto #10, Respuesta 15**
- No sé 2. **Sujeto #9, Respuesta 15**
- Sitios donde hay integraciones hay gran consumo por parte de los estudiantes. **Sujeto #11, Respuesta 15**
- No se ve a nadie consumir licor 3. **Sujetos #12, 18, 19, Respuesta 15**
- Porque el consumo es alto, y cualquier cosa se les vuelve una excusa para emborracharse. **Sujeto #13, Respuesta 15**

- Porque como hay muchos “alcohólicos” hay personas a las que no nos agrada el licor. **Sujeto #14, Respuesta 15**
- Es algo repetitivo en la universidad ingerir licor se ve escasamente. **Sujeto #15, Respuesta 15**
- Pocas veces se ve dentro de la universidad solo cuando se rumbea. **Sujeto #17, Respuesta 15**
- Las responsabilidades académicas lo impiden. **Sujeto #21, Respuesta 15**
- Porque eso es lo que podemos notar, el alcohol se está convirtiendo en el mayor entretenimiento de algunos jóvenes (Mayoría). **Sujeto #22, Respuesta 15**
- Muchos jóvenes toman en su casa no solo en la universidad. **Sujeto #23, Respuesta 15**
- No me parece que se consuma mucho licor en la universidad. **Sujeto #24, Respuesta 15**
- Hay jóvenes con otras concepciones. **Sujeto #27, Respuesta 15**
- Integración es igual a licor 2. **Sujeto #28, Respuesta 15**
- Los universitarios se caracterizan por el alcohol. **Sujeto #30, Respuesta 15**
- Para las personas la palabra universidad significa, licor, rumba, recocha. **Sujeto #31, Respuesta 15**
- Muchos consumimos licor pero no solo en la universidad. **Sujeto #32, Respuesta 15**
- Los estudiantes toman demasiado. **Sujeto #36, Respuesta 15**
- Los estudiantes con el licor es una manera herrada, es mejor estar sobrios. **Sujeto #37, Respuesta 15**

- No tengo mucha idea sobre el tema pero nuestra cultura influye para un consumo medio- alto del licor. **Sujeto #38, Respuesta 15**
- Pienso que existe el consumo de alcohol en la U, es decir está presente, pero no se evidencia demasiado. **Sujeto #39, Respuesta 15**
- Es moderado. **Sujeto #40, Respuesta 15**
- La mayoría de los estudiantes consumen licor en la universidad pero se ve en las integraciones. **Sujeto #42, Respuesta 15**

16. ¿Cuál es la bebida que más se consume?

Para usted en 3 palabras que representa:

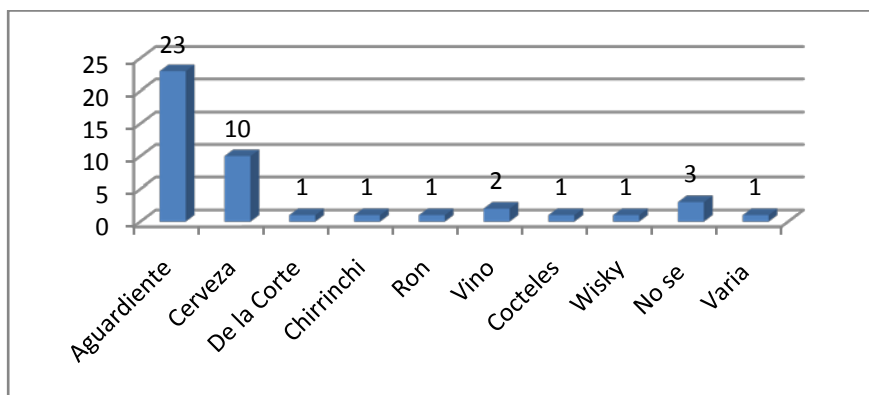
Whisky _____

Ron _____

Vino _____

Aguardiente _____

Cerveza _____



Para usted en 3 palabras que representa:

Whisky:

-Celebración, fiesta 2, elegancia. **Sujeto #2, Respuesta 16**

-Caro 3, rico 2, resaca. **Sujetos #3, 4, 17, 14, Respuesta 16**

-Calidoso. **Sujeto #4, Respuesta 16**

-Licor, dinero,

-Elegancia. **Sujeto #6, Respuesta 16**

-Conversación. **Sujeto #8, Respuesta 16**

-Altura, clase prudencia. **Sujeto #9, Respuesta 16**

-Delicioso, calidad, buen gusto. **Sujeto #11, Respuesta 16**

-No me gusta,

-Amargo, fuerte 2, plata. **Sujeto #41, Respuesta 16**

-Hielo, feo, glamuroso 2. **Sujeto #23, Respuesta 16**

-Fino, costos. **Sujeto #31, Respuesta 16**

-Sofisticado, costoso. **Sujeto #40, Respuesta 16**

Ron:

-Reunión 3, elegancia 2, fiesta 6. **Sujeto #2, Respuesta 16**

-Caro, rico, resaca 2. **Sujeto #3, Respuesta 16**

-Maluco, borrachera. **Sujeto #4, Respuesta 16**

-Rumba3, diversión,

-Agresivo, rudo. **Sujeto #7, Respuesta 16**

-Celebración. **Sujeto #8, Respuesta 16**

-Estilo, fuerte 4, locura. **Sujeto #9, Respuesta 16**

-Calor, dolor de cabeza. **Sujeto #11, Respuesta 16**

-No me gusta, fuerte. **Sujeto #31, Respuesta 16**

-Coca cola. **Sujeto #23, Respuesta 16**

-Apetitoso, accesible. **Sujeto #40, Respuesta 16**

Vino:

-Reunión 2, elegancia 2, celebración 2. **Sujeto #2, Respuesta 16**

-Barato 1, rico 2, no emborracha. **Sujetos #3, 4, Respuesta 16**

-Suave 3. **Sujeto #4, Respuesta 16**

-Misa, diciembre 2, cena 3. **Sujeto #5, 11, Respuesta 16**

-Sabroso, compartir, fuerte. **Sujeto #7, Respuesta 16**

-Sueño, familia. **Sujeto #8, Respuesta 16**

-Sobriedad, tranquilidad. **Sujeto #9, Respuesta 16**

-Agradable, eventos. **Sujeto #11, Respuesta 16**

-Comida, carne. **Sujeto #13, Respuesta 16**

-Delicioso 3, parque, calle. **Sujeto #23, Respuesta 16**

-Dulce, relajante. **Sujeto #31, Respuesta 16**

-Tradicional. **Sujeto #40, Respuesta 16**

-Alegría.

Aguardiente:

-Fiesta 2, borrachera 4, desorden. **Sujeto #2, Respuesta 16**

-Barato2, rico1, resaca. **Sujeto #3, 4, Respuesta 16**

-Nítido, bueno. **Sujeto #4, Respuesta 16**

-Ferias discoteca, rumba 3. **Sujeto #5, Respuesta 16**

-Estupidez. **Sujeto #7, Respuesta 16**

-Risa, baile. **Sujeto #8, Respuesta 16**

-Escases, brutalidad, extremo. **Sujeto # 9, Respuesta 16**

-Fuerte, ardor, guayabo 2. **Sujeto #11, Respuesta 16**

-Amargura, descontrol. **Sujetos #12, Respuesta 16**

-Prende, Común. **Sujeto #30, 17, Respuesta 16**

-Chirrinchi, diversión. **Sujeto #23 Respuesta 16**

-Económico, accesible 3. **Sujetos #31, 40, Respuesta 16**

-adición, y alegría. **Sujeto #41, Respuesta 16**

Cerveza:

-Grupo, amigos 4, reunión. **Sujeto #2, Respuesta 16**

-Barato 1, rico 2, llenura. **Sujetos #3, 4, 31, Respuesta 16**

-Sabrosa. **Sujeto #4, Respuesta 16**

-Calor, diversión, esparcimiento. **Sujeto #5, Respuesta 16**

-Frescura 6. **Sujeto #6, 11, 31, Respuesta 16**

-Ignorancia, caliente. **Sujeto #7, Respuesta 16**

-Charla, relajación. **Sujeto #8, Respuesta 16**

-Normal. **Sujeto #9, Respuesta 16**

-Agradable, es el más consumible. **Sujeto #11, Respuesta 16**

-Suave. **Sujeto #41, Respuesta 16**

-Novios, tienda. **Sujeto #23, Respuesta 16**

-Recocha. **Sujeto #32, Respuesta 16**

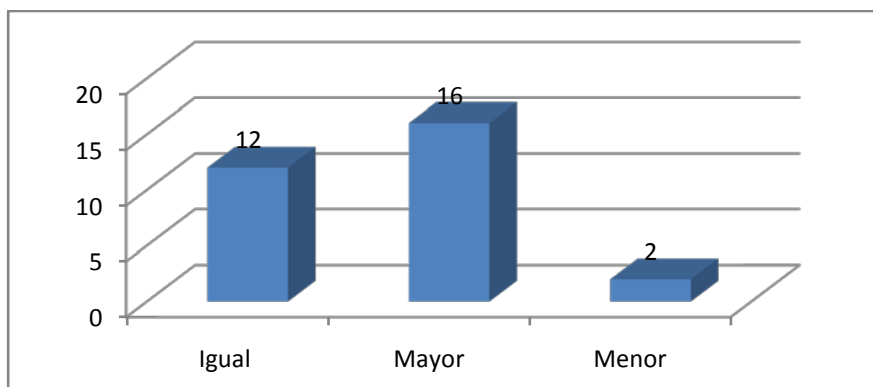
-Económico. **Sujeto #40, Respuesta 16**

17. ¿Ahora como ves el consumo de alcohol en los otros semestres?

d. Igual _____

e. Mayor _____

f. Menor _____



Explica tu respuesta

• No tengo ni idea. **Sujeto #2, Respuesta 17**

• Porque uno toma con ellos. **Sujeto #3, Respuesta 17**

- A medida que pasa el tiempo en la universidad semestres aumenta el consumo de licor.

Sujeto #6, Respuesta 17

- La sociedad impulsa al consumo de alcohol en la juventud. **Sujeto #7, Respuesta 17**
- Cuando uno más tiempo lleva en la universidad gana mejor integración –por lo tanto más eventos- mas licor. **Sujeto #8, Respuesta 17**

- No sé 3. **Sujetos #9, 10, 22, Respuesta 17**

- En los eventos es donde se consume licor, lo incluyen al parche. **Sujeto 11 R 17**

- No los he visto consumir 3. **Sujetos #12, 19, 25, Respuesta 17**

- He visto muchos avisos de fiesta este semestre. **Sujeto #15, Respuesta 17**

- Cuando se acaba el semestre las salidas se aumentan y aumenta el licor. **Sujeto #20, Respuesta 17**

- La gente mayor sale más por ende toma más. **Sujeto #23, Respuesta 17**

- Es la concepción de cada persona. **Sujeto #27, Respuesta 17**

- Lo principal para salir es el alcohol. **Sujeto #28, Respuesta 17**

- El gusto de cada persona. **Sujeto #31, Respuesta 17**

- Los jóvenes toman igual independiente del semestre en que estén. **Sujeto #32, Respuesta 17**

- Puedo notar que el consumo aumenta a medida de los semestres. **Sujeto #34, Respuesta 17**

- Creo por que según lo que veo entre más edad, mayor es el consumo de licor. **Sujeto #38, Respuesta 17**

• No veo que haya diferencia en esto, puede ser porque no he presenciado actividades propicias para el consumo de alcohol, por lo que supongo que es igual. **Sujeto #39,**

Respuesta 17

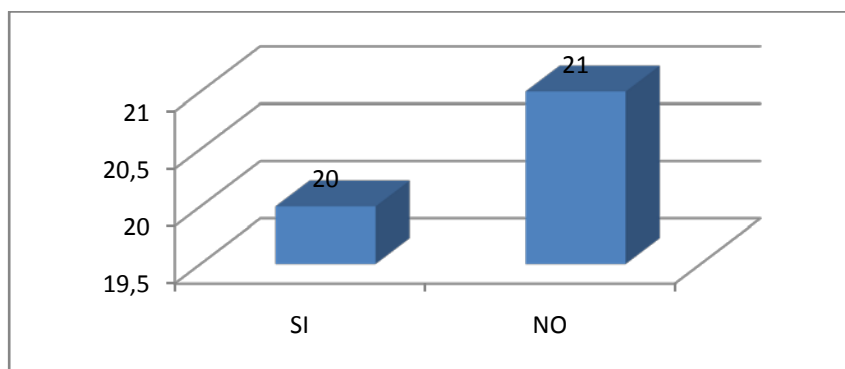
• Porque creo que esas son personas más maduras que han adquirido mejores experiencia que yo. **Sujeto #41, Respuesta 17**

• Es herrada la información del consumo en los jóvenes. **Sujeto #43, Respuesta 17**

• Se ve igual en lo semestres inferiores. **Sujeto #42, Respuesta 17**

18. ¿Fuera de la actividad de primíparos –CANELAZO- ha habido otra actividad o actividades promovida por la universidad o por ustedes mismos donde se halla consumido alcohol?

SI ____ NO ____



Si tu respuesta es afirmativa cual sentido le darías a la presencia de alcohol ahí

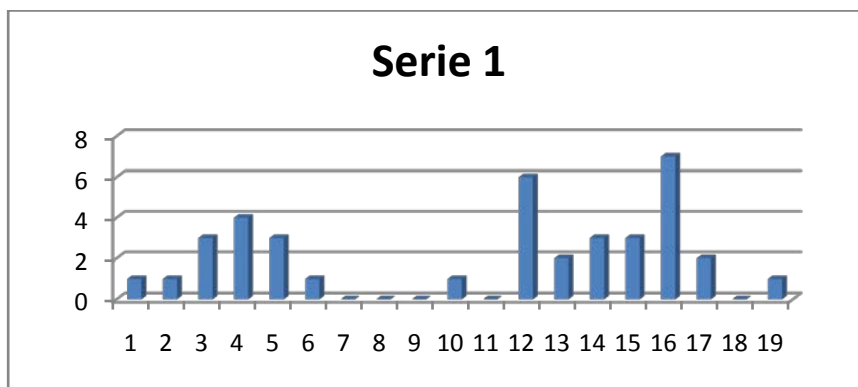
• En Kimbara, yo creo que el sentido que le dan es para “relajarse”. **Sujeto #2,**

Respuesta 18

• Igual que en el canelazo. **Sujeto #3, Respuesta 18**

- Integración de Kimbara 4. **Sujetos #5, 11, Respuesta 18**
- El alcohol es representa libertad y alegría. **Sujeto #6, Respuesta 18**
- En semestres pasados han sido varias actividades como tarde cervecera. **Sujeto #8, Respuesta 18**
- Súper mala, nuevamente vuelve el pensamiento retrograda e ignorante de que “una fiesta no es fiesta sin licor”. **Sujeto #10, Respuesta 18**
- No sé 2. **Sujeto #12, Respuesta 18**
- Ninguna ya que no se necesita licor para estar bien. **Sujeto #16, Respuesta 18**
- En Kimbara, es aun mayor ya que el contexto cambia y en una discoteca casi que por obligación se consume alcohol. **Sujeto #15, Respuesta 18**
- El sentido de que con licor todo es mejor, así este no sea muy rico cuando uno toma la pasa bien. **Sujeto #23, Respuesta 18**
- Ninguno pues no es necesario el trago para pasarla bien. **Sujeto #13, Respuesta 18**
- Es igual que en la calle la gente toma para pasarla bien. **Sujeto #29, Respuesta 18**
- Consumen en discotecas, casas de los amigos y parques. **Sujeto #30, Respuesta 18**
- Integración de administración de empresas y hubo cerveza. **Sujeto #37, Respuesta 18**
- Igual que el canelazo. **Sujeto #42, Respuesta 18**

19. ¿De las preguntas anteriores que tú respondiste cual o cuales consideras que marcan una diferencia con respecto al género?



- El género no influyen en el consumo del alcohol en lo jóvenes. **Sujeto #2, Respuesta 19**
- Mucha frecuencia de beber alcohol. **Sujeto #8, Respuesta 19**
- Tanto mujeres como hombres tienen visiones distintas. **Sujeto #11, Respuesta 19**
- El licor es par entre ambos géneros. **Sujeto #14, Respuesta 19**
- Yo creo que hay igualdad a la hora de tomar, rumbear y divertirse. **Sujeto #17, Respuesta 19**
- Ninguna 6. **Sujetos #6, 12, Respuesta 19**
- De pronto los hombres salen más que las mujeres. **Sujeto #24, Respuesta 19**
- Ninguna pues tanto hombres como mujeres se presentan en la misma situación y depende de ellos su ideología sobre el alcohol con otros factores claramente. **Sujeto #27, Respuesta 19**
- No consumo 1
- Eso ahora es igualito. **Sujeto #30, Respuesta 19**
- Ninguno porque hay mujeres y hombres que consumen igualito. **Sujeto #31, Respuesta 19**
- No entendí. **Sujeto #31, Respuesta 19**

- No es igual. **Sujeto #37, Respuesta 19**
- Creo que la 16 marca la diferencia en cuanto al género. **Sujeto #39, Respuesta 19**
- Yo considero que la cantidad que consumen los hombres de licor es mayor que la cantidad que consumen las mujeres, pues ellos se mueven más en ese ambiente. **Sujeto # 40, Respuesta 19**
- Pues que los hombres son personas que más se adhieran al alcohol y las mujeres menos, ya que estos miran el licor como una forma de desahogarse salir de sus problemas o disfrutar la vida. **Sujeto #41, Respuesta 19**

ANOTACIONES

- Los felicito por la encuesta. **Sujeto #10** Anotaciones
- Qué pena si interprete y respondí mal algunas de las respuestas. **Sujeto #16**
Anotaciones
- Pues no te pude responder todas porque nunca he consumido alguna bebida alcohólica pero te puedo responder lo que se dé la investigación, me parece excelente. **Sujeto #22**
Anotaciones
- No presentar preguntas abiertas. **Sujeto #28** Anotaciones
- Muchas preguntas están inmersas en otras anteriores- me divertí haciendo esta encuesta. **Sujeto #30** Anotaciones
- No se ya no me gusta. **Sujeto #33** Anotaciones
- No tengo casi idea sobre este tema, no tengo interés en consumir. **Sujeto #35**
Anotacion

SEGUNDO SONDEO

Fecha: 26 de Mayo de 2010

Muestra: 14 Estudiantes

1. Que ritos o rituales hay cuando a la hora de consumir licor y cuáles de estos practicas tu o tu grupo

-Ninguno. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Rituales que he visto con honor a la amistad y a la alegría del momento es decir un brindis, poca información podría aportar acerca de estos rituales por qué no consumo licor. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-no tengo ningún rito. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Chocar las copas, algunos dichos o frases, chistes. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Yo tengo la idea de que las almas están en el cielo cuando tomo y celebro algo, alzo la copa y lo ofrezco a ellos con el objetivo de hacerlos partícipes de mi felicidad. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Refranes, chistes, el choque de copas, no se cosas así es lo primero que me llega a la mente. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Sinceramente, no consumo alcohol y no he participado con otros grupos que tomen alcohol practicando algún ritual, así que no sabría mencionar esos rituales que quizá existen. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Podría entender como ritual una frase común tal vez, en varios grupos he visto que dicen algo como arriba, abajo, al centro y pa dentro. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-No conozco. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Yo he escuchado muy poco acerca de estos rituales y por eso no los practicamos con mis amigos. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Ritos, escuchas música, bailar, consumir drogas, reunirse con los amigos, conversar, asistir a una discoteca, prácticas sexuales, no los práctico. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Ritos Bailes, charlas con música, yo practico charlas mientras se escucha música, fiestas o reuniones familiares. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Cuando se destapa la botella de licor lo primero va por las ánimas y a veces con mi grupo lo hacemos pero por lo general lo hace mi familia. **Sondeo 2, Respuesta 1**

-Que botar un poquito de licor al recién destaparlo no practico ninguna porque no consumo ningún tipo de licor. **Sondeo 2, Respuesta 1**

2. has visto publicidad alusiva al consumo de alcohol y que opinión te merece esta publicidad

-El problema total del consumo no está en la publicidad, está en la educación o cultura de la sociedad. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si he visto publicidad alusiva al consumo de alcohol, y me parece que es en muchos

casos muy llamativa y que si induce al consumo porque toman frases coloquiales o situaciones cotidianas con las que me puedo sentir identificado. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Por supuesto, yo pienso que es cuestión de cada persona como tome la publicidad, que como le llegue, pero pues me parece que es algo normal, para la empresa poder vender y que la persona conozca el producto y lo consuma. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si he visto, y creo que antes de promocionar el no consumo están llevando a la gente a enviciarse más en esa droga me parece re-mal, una publicidad un poco egoísta. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-He visto mucho y no estoy de acuerdo con esta frase “el alcohol es nocivo para la salud” si es malo para la persona pa que lo invitan a tomar. Es como lavarse las manos ante la cirrosis y no estoy de acuerdo. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-en si al consumo, no, pero hay mucha publicidad de bebidas alcohólicas, que incitan a consumir dando a entender que no esta tan mal y en realidad es la gran mentira. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si he visto la publicidad que se hace al alcohol, y no estoy de acuerdo con algunos anuncios como los que muestran a una mujer semi desnuda pues una mujer no es igual a satisfacer al hombre después de ingerir alcohol. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si he visto vallas cuando hago viajes intermunicipales y me parece que se hace alusión al sexo y el alcohol, pues en la mayoría de los avisos y vallas hay mujeres semi desnudas con botellas de licor relativamente cerca. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si he visto bueno que opino respecto a esto es que cuando hacen este tipo de publicidad siempre muestran las cosas buenas positivas, siempre ocultan la realidad de lo que ocasionan consumir este tipo de productos y las consecuencias que tienen. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Sí, las he visto y son muy llamativas ya que al ver estas botellas finas incitan a que uno las compre. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si he visto esta clase de publicidad y me parece que por lo regular están pretendiendo activar o influir en las emociones y pasiones del ser humano por esta razón me parece desagradables. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si hay algunas comerciales que hacen alusión a beber con responsabilidad pero de todas maneras no debiera de incitarse a su consumo. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Sí y creo que la industria de licores como cualquier otra tiene derecho a promocionar no producto además no están obligando a nadie. Teniendo en cuenta que el licor es uno de los productos que más impuestos pagan por la salud. **Sondeo 2, Respuesta 2**

-Si pues opino que no mereciera alguna publicidad por que igual no lo consumo, pero como se dice que todo por ojos y para que las personas consuman mas, cada día habrá más publicidad. **Sondeo 2, Respuesta 2**

GRUPO FOCAL

Grupos 52 y 53 de Primer semestre de Psicología

Tiempo 44 minutos

Mujeres 7

Hombres 5

1. Qué opinión merece a partir del siguiente imaginario (En la universidad se consume mucho licor)

R/ -Si en la universidad se consume mucho licor, pero desde el colegio viene esto.

Respuesta1, Pregunta 1

-Es mucho más frecuente como estudiantes de 1º semestre por que cuando ingresas a la universidad hay mucho stress por la responsabilidad que hay, pero también porque se presentan muchas fiestas, también consumen los estudiantes de otros semestres pero yo creo que es más frecuente en nosotros los estudiantes de primer semestre. **Respuesta 2,**

Pregunta1

-Yo creo que nosotros como universitarios estamos en un entorno donde se ve mucha presencia de licor y estamos en la etapa de libertad. **Respuesta 3, Pregunta 1**

-Yo creo que muchos jóvenes utilizan el licor como un mecanismo para integrarse para sentirse aceptado. **Respuesta 4, Pregunta 1**

-Yo difiero de esto, no se necesita licor para ser aceptado. **Respuesta 5, Pregunta1**

2. Antes de entrar a la universidad tenias unas expectativas, antes de ingresar a la universidad estas expectativas tienen algo que ver con ese imaginario que en la universidad se consume mucho licor.

-Si se tiene expectativas de que se consume muchas cosas como licor y drogas y los estudiantes creen libre y pueden hacer lo que se les dé la gana. **Respuesta 1, Pregunta 2**

-En cuanto a las expectativas no tenía muchas yo lo veía relativamente normal, pero yo creo que en el colegio se consume más licor por que como es prohibido y lo prohibido es mejor, pero en la universidad hay más libertad. **Respuesta 2, Pregunta 2**

-También hay mucha gente tímida que quiere que la conozcan, y por medio del licor se desinhiben y se vuelven más extrovertidos, es una forma de meterse al grupo. **Respuesta 3, Pregunta 2**

-Yo creo que lo que dice el compañero para mí no está bien porque es como que esa persona quiere ser aceptado por medio del alcohol, es como ingresar a un grupo de populares para el volverse popular. **Respuesta 4, Pregunta 2**

-Yo creo que uno lo tienen que aceptar como es, no se necesita tomar alcohol y embriagarse para poder estar con los amigos y compartir, y también porque creen que la universidad es para la recocha, y por eso el 1º semestre es un colador para muchos. **Respuesta 5, Pregunta 2**

3. Para ustedes que representa el Canelaso

-Es como una bebida de bienvenida. **Respuesta 1, Pregunta 3**

-Creo que es una bienvenida muy bacana la otra no. **Respuesta 2, Pregunta 3**

-Es como una forma distinta de integrarse. **Respuesta 4, Pregunta 3**

-Yo la verdad no tengo ni idea que es el Canelaso. **Respuesta 5, Pregunta 3**

Se aclaro que es y que ingredientes tiene el Canelaso

-La verdad de eso no participo. **Respuesta 6, Pregunta 3**

Se les pregunto quién participaron de la integración del Canelaso

Fueron muy pocos los que participaron de las personas que estaban con nosotros en ese momento

4. Como es visto por ustedes la variación en el consumo de licor ahora en la universidad con relación a lo que se consumía en el colegio.

-En la universidad hay más libertad no es lo mismo en el colegio porque si llegaba tarde lo regañaba lo llamaban los papas. **Respuesta 1, Pregunta 4**

-Si yo también creo que en la universidad hay más libertad para consumir alcohol.
Respuesta 2, Pregunta 4

Que nos pueden decir con relación a la experiencia de cada uno como fue su experiencia en el colegio con relación a la universidad.

-Yo creo que cada uno es diferente porque en el colegio uno podía tomar de vez en cuando, pero en la universidad quieren tomar en la semana el fin de semana pero cada quien pone sus límites porque y por ejemplo digo este fin de semana no puedo salir porque tengo parciales, hay que hacer algún trabajo. **Respuesta 3, Pregunta 4**

-Yo creo que en colegio se consume más porque no hay esa responsabilidad y en cambio en la universidad ya hay una responsabilidad por que podemos caer en bajo. **Respuesta 4, Pregunta 4**

-Yo creo que si usted fue responsable en el colegio en la universidad también debería ser así, porque no podemos decir como estamos en la universidad y hay mucha libertad entonces liberémonos, yo creo que para todo esto debe haber cierta responsabilidad.

Respuesta 5, Pregunta 4

-Eso es la personalidad de cada persona. **Respuesta 6, Pregunta 4**

Alguien que difieras de estas respuestas o quiera aportar algo mas

5. El consumo de alcohol ayuda a las interacciones o relaciones con sus compañeros

-Yo creo que si porque hay personas que les da pena, no se hablar con las otras personas y el licor los hace hablar más y también a la hora de conquistar una muchacha.

Respuesta 1, Pregunta 5

-Yo creo que las personas lo tiene que aceptar a uno tal y como es porque si no sería como fachada y o ellos mismos. **Respuesta 2, Pregunta 5**

-Pues cuando nos sentimos entonaditos es más chévere hablamos más. **Respuesta 3, Pregunta 5**

-En mi grupo no hay necesidad de tener alcohol de estar borrachos, para sentirnos bien y hablar. **Respuesta 4, Pregunta 5**

Y qué opinas de otros grupos

-Pues es lo más normal que los muchachos en la universidad tomemos tragos. **Respuesta 5, Pregunta 5**

-El consumo de alcohol en las universidades y el consumo de psicoactivos yo creo que es alto pero no llevan a nada, sea primiparo o lo que sea el escudarse en el alcohol para ser aceptado es no tener personalidad, si todo el mundo toma si todo el mundo se droga usted también porque lo va hacer, yo creo que eso es más bien la personalidad de cada cual. **Respuesta 6, Pregunta 5**

-Yo pienso que si uno es un poquito tímido el alcohol lo ayuda a uno a hablar más. **Respuesta 6 , Pregunta 5**

Cada uno tiene su punto de vistas y son muy validos

En este momento uno de los jóvenes se retiro.

6. Como considera que se articulan las vivencias y experiencias familiares con su consumo de alcohol acá en la universidad.

-Yo pienso que hay papas que desde que los niños tenían 11 años sus papas les permitan consumir licor, entonces para ellos llegar a la universidad es muy normal el consumo,

pero si realmente el papa quiere que su hijo se fundamente con otros valores le va a decir que toma licor no está bien, cuando llegue a la universidad no lo va hacer y si lo hace lo hace con cierta responsabilidad y no va ser dependiente del licor. **Respuesta 1,**

Pregunta 6

-Pues en mi casa siempre se ha visto la cervecita y mis papas me han dado la confianza de tomar frente de ellos, pero por esa confianza yo no me voy a emborrachar. **Respuesta**

2, Pregunta 6

-En las reuniones familiares yo he tomado tomo como se dice pero uno se controla porque es consciente de la responsabilidad que tiene. **Respuesta 3, Pregunta 6**

-Yo opino que los papas a uno le dan libertad y por eso uno no puede convertirlo en libertinaje, y uno por eso no puede sobrepasarse con la confianza que el papá y la mamá le han brindado a uno. **Respuesta 4, Pregunta 6**

-Pues yo creo que es la responsabilidad que uno tenga para manejar las situaciones.

Respuesta 5, Pregunta 6

-También es la confianza que los padres nos dan. **Respuesta 6, Pregunta 6**

-Yo creo que así en la casa no tomen uno muchas veces se deja influenciar por los amigos. **Respuesta 7, Pregunta 6**

-Es el tipo de educación que nos den por que hay en familias que toman cada fin de semana, otros de vez en cuando y otros que nunca toman y eso se replica hasta que estés en la universidad, porque hay unos que toman en la semana, sábados y domingos y otros

que tomamos después de cada parcial para bajar el stress que nos produce. **Respuesta 8,**

Pregunta 6

Alguien más quiere agregar algo

-Pues uno no se comporta igual de frente de los papas por que frente a ellos no puede tomar lo mismo que con los amigos uno con los amigos toma más. **Respuesta 9,**

Pregunta 6

-Pues a mí me choca que uno de frente de los papas es uno y frente de los amigos sea otro porque eso es como tener doble personalidad porque yo tomo lo mismo con mis amigos que de frente de mi familia, creo yo que es tener doble personalidad. **Respuesta**

10, Pregunta 6

-Es que uno cuando esta con la familia es como más serio más familiar en cambio uno con los amigos esta es con la recocha. **Respuesta 11, Pregunta 6**

-También depende de los planes que tu tengas porque yo con mis papas tomo la misma cantidad que tomo con mis amigos, también depende de los papas porque entre mas cohíben es peor. **Respuesta 12, Pregunta 6**

-Yo creo que muchos jóvenes ocultan lo que son frente a sus padres quien mejor que ellos, otras personas van a ir van a venir, pero tus padres siempre van a estar hay mis papas me saben todo sea malo o sea bueno ellos me dicen no me gusta tu decisión pero te la respeto, es baconismo tener esa libertad y confianza con tus padres. **Respuesta 13,**

Pregunta 6

-Yo creo que eso no influye de los padres por qué no todos los buenos padres tiene buenos hijos, yo creo que es el grado de pensamiento que tengamos. **Respuesta 14,**

Pregunta 6

-Pues los padres nos pueden dar muchos valores pero en la sociedad en la que estamos nos influencia mucho la publicidad y también en el consumo de drogas y todos dos tienen efectos que nos hacen daño a nuestro cuerpo, por eso yo opino que cada persona es consciente que si eso me hacer daño pues o lo consumo. **Respuesta 15, Pregunta 6**

Todas sus opiniones son muy validas

Alguien más tiene otra opinión

-Pues de pequeño mi papá siempre tomaba en navidad en fechas importante y siempre nos enseñaron la responsabilidad, por eso a veces que estoy acá en la universidad tomando yo sé que tengo que tomar poquito porque tengo que llegar a la casa y no me puedo emborrachar uno va aprendiendo. **Respuesta16, Pregunta 6**

7. Ustedes que están aquí en la universidad cual es el licor que más se consume

-El aguardiente, la corte con frutico, el más popular es el aguardiente y también cerveza. **Respuesta 1, Pregunta 7**

8. Vamos hacer un ejercicio cada uno me da a decir cuál que a cada uno le parece que más se consume

Aguardiente 7

Cerveza 3

9. Cuales con los lugares que frecuentan para consumir licor o se quedan aquí

-Nos vamos para los bares. **Respuesta 1, Pregunta 9**

-Y si aquí en la universidad cuando hay algún evento tarde cervecera. **Respuesta 2, Pregunta 9**

-Si en la cafetería se ven jóvenes tomando más que todos empezando el fin de semana. **Respuesta 3, Pregunta 9**

10. Bueno vamos hacer el mismo ejercicio que hicimos ahora pero preguntándole que representa para ustedes las siguientes bebidas

Aguardiente

-Dejar la timidez. **Respuesta 1, Pregunta10 A**

-Guayabo. **Respuesta 2, Pregunta10 A**

-Vergüenza. **Respuesta 3, Pregunta10 A**

-Pasar un buen rato. **Respuesta 4, Pregunta10 A**

-Diversión con los amigos. **Respuesta 5, Pregunta10 A**

-Goce. **Respuesta 6, Pregunta10 A**

-Calor humano. **Respuesta 7, Pregunta10 A**

-Festejo. **Respuesta 8, Pregunta10 A**

-Ardor en la garganta. **Respuesta 9, Pregunta10 A**

-Risas. **Respuesta 10, Pregunta10 A**

-Rumba. **Respuesta 11, Pregunta10 A**

-Desorden. **Respuesta 12, Pregunta10 A**

-Recocha. **Respuesta 13, Pregunta10 A**

-Integración. **Respuesta 14, Pregunta10 A**

-Total alegría. **Respuesta 15, Pregunta10 A**

-Alegría. **Respuesta 16, Pregunta10 A**

-Pasarla bacano. **Respuesta 17, Pregunta10 A**

-Confianza. **Respuesta 18, Pregunta10 A**

-Recocha, integración **Respuesta 19, Pregunta10 A**

-Baile. R20 **Respuesta 20, Pregunta10 A**

-Emociones. **Respuesta 21, Pregunta10 A**

Vino

-Reunión familiar. **Respuesta 22, Pregunta 10 V**

-Guayabo. **Respuesta 23, Pregunta 10 V**

-Reunión importante. **Respuesta 24, Pregunta 10 V**

-Algo formal. **Respuesta 25, Pregunta 10 V**

-Celebración. **Respuesta 26, Pregunta 10 V**

-Reunión especial con la persona que usted quiere. **Respuesta 27, Pregunta 10 V**

-Aperitivo, porque usted toma vino con galleticas. **Respuesta 28, Pregunta 10 V**

-Reunión de tíos, abuelos o madrina. **Respuesta 29, Pregunta 10 V**

Cerveza

-Es como todo anticuado. **Respuesta 30, Pregunta 10C**

-Es como para conversar. **Respuesta 31, Pregunta 10C**

-Para el calor. **Respuesta 32, Pregunta 10C**

-Para calmar la sed. **Respuesta 33, Pregunta 10C**

-Como dice la propaganda reunión de los amigos. **Respuesta 34, Pregunta 10C**

-Representa la tienda con los amigos. **Respuesta 35, Pregunta 10C**

-Es tomar pero no emborracharse **Respuesta 36, Pregunta 10C**

-Pasarla agradable. **Respuesta 37, Pregunta 10C**

-Paseo de olla. **Respuesta 38, Pregunta 10C**

11. Ustedes que consideran de consumo de alcohol y género

Entre hombres y mujeres

Si

-Pues yo considero que los hombres beben mucho mas trago que las mujeres. **Respuesta**

1, Pregunta 11

-pues la diferencia es que los hombres toman más aguardiente, cerveza y las mujeres

tomamos mas cócteles. **Respuesta 2, Pregunta 11**

-yo creo que eso ahora las mujeres toman los mismo que los hombres, porque hay

mujeres que las rumbas es hasta el amanecer y tomando. **Respuesta 3, Pregunta 11**

-si antes era diferente ahora creo que es igual. **Respuesta 4, Pregunta 11**