

**PERCEPCIONES SOBRE EL CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS JÓVENES DE  
18 A 25 AÑOS DE EDAD DE DOS IGLESIAS CRISTIANAS DE LA CIUDAD DE  
VALLEDUPAR**

**BARRIOS VEGA TATIANA MARGARITA**

**BRITO ARIZA ANDREA CAROLINA**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR**

**FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**PROGRAMA DE PSICOLOGÍA**

**VALLEDUPAR - CESAR**

**2021**



**PERCEPCIONES SOBRE EL CONSUMO DE ALCOHOL EN JÓVENES DE 18 A  
25 AÑOS DE EDAD DE DOS IGLESIAS CRISTIANAS DE LA CIUDAD DE  
VALLEDUPAR**

BARRIOS VEGA TATIANA MARGARITA

BRITO ARIZA ANDREA CAROLINA

Trabajo presentado como requisito para optar el título de psicólogo.

Asesora metodológica: Melisa Paola Sosa Ochoa

Docente

Asesora temática: María Gabriela Barrera Daza

Docente

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR

FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA

VALLEDUPAR - CESAR

2021



## **Dedicatoria**

A Dios por no abandonarme en el proceso, y hacerme recordar que con disciplina y constancia todo se logra.

A mis padres por ser pacientes e impulsarme día a día en el cumplimiento de mis sueños, por creer en mí y ser mi mayor motivación, este logro es para ustedes.

Los amo, admiro y respeto; cada día oro para que Dios los llene de mucha vida y salud.

**Andrea Carolina Brito Ariza**

Sin duda alguna, a mis padres, por todo el esfuerzo que han hecho para que yo haya llegado hasta este punto. Dios me conceda la oportunidad de poder retribuirles todo con el fruto de este logro.

Y a mi familia, soy la única de 8 hermanos que es profesional, el esfuerzo, sacrificio, y empeño fue de todos.

Esto es por y para ustedes, lo logramos.

**Tatiana Margarita Barrios Vega**



## **Agradecimientos**

A mis docentes de psicología, gracias a ustedes ha crecido en mí un enorme amor e interés por esta maravillosa carrera.

A mis amigos porque siempre han estado ahí para darme los mejores consejos y han estado siempre presentes en momentos de tristeza y angustia e impulsarme a ser siempre la mejor versión de mi misma.

También, a cada persona que de una u otra manera me motivó para culminar mi ciclo de pregrado.

A mi compañera de monografía Tatiana Barrios quien fue paciente y en todo momento fue un apoyo y consejera y puso todo su esfuerzo para lograr nuestro objetivo.

Agradezco de manera especial a nuestras asesoras María Gabriela y Melissa Sosa por ser una luz en nuestro camino y trazarnos el camino correcto que debíamos seguir; gracias por su entrega y dedicación.

Y finalmente, a mí, porque a pesar de todo, nunca dejé de creer en mí y el potencial tan maravilloso que Dios me ha dado.

**Andrea Carolina Brito Ariza**

Primeramente, a Dios, por sostenerme y llenarme de fuerzas en todo momento para llegar hasta aquí, en sus manos puse mis planes y tuvieron éxito. (Proverbios 16:3).



A mis padres y hermanos (as), por su apoyo incondicional, de mis hermanos, gracias en especial a Yarlis y Yesica, porque cuando mis padres no pudieron en algún momento ellas estuvieron ahí, ayudándome y buscando las formas de poder seguir estudiando y terminar esta maravillosa experiencia.

A mi pareja, por su apoyo incondicional también, por no dejarme caer cuando quise renunciar en ocasiones, por llenarme de fuerza y de amor.

A mi compañera, Andrea Brito, por no desistir y luchar, por colocar todo su esfuerzo y entrega, por iniciar y terminar este logro conmigo.

A nuestras asesoras, por su tiempo y dedicación, por darle orden y forma a este trabajo, en especial, gracias por motivarnos en cada encuentro a persistir, a seguir adelante y a darlo todo por esto.

A la universidad, porque me permitió estudiar esta maravillosa carrera, y a los formadores del programa de psicología que con su ejemplo y pasión fueron y serán de inspiración en mi ejercicio profesional.

Y gracias a mí, Dios me llenó de fuerzas y valentía, por lo que pude seguir sin rendirme, colocando todo mi esfuerzo y dedicación para culminar este momento.

**Tatiana Margarita Barrios Vega**

## Tabla de contenido

Introducción	11
Momento I.	12
Estado del arte	12
Revisión de la literatura	12
Vinculaciones conceptuales y prácticas.	32
Sustancias psicoactivas	32
Consumo de alcohol	32
Percepción	34
Jóvenes	38
Grupos Juveniles	40
Religión	42
Factores de riesgo	44
Factores protectores	47
Estrategias de afrontamiento	49
Toma de decisiones	50
Momento II.	52
Planteamiento problémico	52
Línea de investigación	52
Enunciación del campo temático y acercamiento al problema de investigación.	53
Pregunta de investigación	56
Propósitos de la investigación	56
Central	56
Derivados	56
Definición de premisas	57
Percepción	57



Alcohol	57
Religión	57
Estrategias de afrontamiento	58
Toma de decisiones	58
Razones de la investigación	58
Delimitación	60
Momento III.	61
Diseño metodológico	61
Enfoque metodológico	61
Tradición de la investigación cualitativa	62
Muestreo, unidad de estudio e informantes claves.	62
Instrumento de recolección de información	64
Definición conceptual de las categorías y subcategorías apriorísticas	65
Razones del consumo de alcohol	66
Percepciones sobre el consumo de alcohol	67
Recursos y estrategias de afrontamiento	67
Proceso de análisis de la información	68
Consideraciones éticas y consentimiento informado	69
Momento IV.	72
Presentación de resultados.	72
Proceso de Triangulación Hermenéutica.	72
Razones del consumo de alcohol	72
Percepción del consumo del alcohol antes de ser parte de un grupo juvenil.	74
Estrategias de afrontamiento ante el consumo de bebidas alcohólicas.	76
Momento V.	80

Interpretación de la información.	80
Reflexiones finales	80
Recomendaciones.	91
Anexos.	93
Referencias bibliográficas	98

### ***Lista de Tablas***

<i>Tabla 1 Caracterización de la muestra.</i>	63
<i>Tabla 2 Categorías y subcategorías apriorísticas.</i>	65
<i>Tabla 3 Listado de códigos ATLAS. ti.</i>	85

### ***Lista de Anexos***

<i>Anexo 1 Preguntas de las entrevistas semiestructuradas y grupo de enfoque.</i>	93
<i>Anexo 2 Consentimiento informado</i>	94
<i>Anexo 3 Razones del consumo de alcohol</i>	95
<i>Anexo 4 Percepciones de consumo antes de ser parte de un grupo juvenil.</i>	96
<i>Anexo 5 Estrategias de afrontamiento ante el consumo de bebidas alcohólicas.</i>	97



## Resumen

La presente investigación busca analizar las percepciones sobre el consumo de alcohol en los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar. La investigación se realizó bajo los lineamientos de la metodología cualitativa, la información se recogió mediante las técnicas grupo focal y entrevista semiestructurada, se contó con la participación de 16 jóvenes pertenecientes a dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar. Se encontró como resultado que para estos jóvenes el consumo no es algo negativo en la medida que se haga con moderación, además que este se da por tres razones principales los cuales son imitación, cultura y afiliación a grupo social.

**Palabras claves:** percepción, consumo de alcohol, jóvenes, consumo moderado, toma de decisión, cultura, grupo social.

## Abstract

This research seeks to analyze the perceptions of alcohol consumption in young people between 18 and 25 years of age from two Christian churches in the city of Valledupar. The research was carried out under the guidelines of the qualitative methodology, the information was collected through the techniques of focus group and semi-structured interview, with the participation of 16 young people belonging



to two Christian churches in the city of Valledupar. As a result, it was found that for these young people consumption is not something negative as long as it is done in moderation, in addition that this occurs for three main reasons which are imitation, culture and affiliation to a social group.

**Keywords:** perception, alcohol consumption, young people, moderate consumption, decision making, culture, social group.

## Introducción

Según un estudio realizado por el Observatorio de Drogas de Colombia (2015):

El consumo de bebidas alcohólicas representa una problemática de gran preocupación no sólo en Colombia sino a nivel mundial, debido a que su consumo crece con mucha rapidez, el mercado de estas sustancias sigue el mismo crecimiento y es cada vez más amplio y diverso. (p. 20)

El consumo de alcohol es un tema que se ha analizado mucho, siendo una sustancia de mucho interés para algunas personas. Así mismo, se ha investigado sobre el consumo de alcohol, sus efectos, consecuencias y uso. Algunos de los estudios que se han realizado han sido con jóvenes, universitarios o con personas que se encuentran en centros de rehabilitación tal como se muestra en el apartado de revisión de la literatura de este documento.

Un área que requiere atención es el papel de la religión, por lo tanto la presente investigación pretende analizar el consumo de alcohol desde la percepción de jóvenes cristianos pertenecientes a dos iglesias de la ciudad de Valledupar, identificando también sus creencias, conceptos y posturas sobre el tema, y si la religión como institución social puede modificar la percepción del mismo.

Entendiendo la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de



juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social al igual que, el alcohol es la sustancia psicoactiva de mayor uso en todas las edades y en todas las zonas geográficas, con el agravante de ser una sustancia aceptada y permitida social y legalmente.

## **Momento I.**

### **Estado del arte**

#### **Revisión de la literatura**

Se encontraron los estudios descritos a continuación los cuales aportan conocimientos teóricos y metodológicos que sustenten y apoyen el desarrollo de la investigación, resaltando el consumo de alcohol y la influencia de la religión como temas y variables fundamentales. Sin embargo, es apremiante mencionar la escasa información bibliográfica relacionada a las percepciones sobre el consumo de alcohol en jóvenes cristianos.

Como primer antecedente de la investigación, se cita la investigación de Moral, Rodríguez y Ovejero (2010) de la ciudad de Oviedo (España) llamada “*Correlatos psicosociales del consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes españoles*” cuyo objetivo fue analizar los factores que determinan el consumo juvenil de sustancias psicoactivas evaluando la capacidad predictiva de variables actitudinales, afectivas, relacionales a nivel familiar y grupal. Trabajaron con una



metodología cuantitativa, utilizando como técnica de recolección de información la aplicación de diversos cuestionarios, con una muestra de 750 adolescentes.

Dentro de los resultados obtenidos, concluyeron que los factores que más explican la variable criterio consumo de alcohol son los correspondientes a las actitudes globales ante las drogas, el propio consumo auto informado de derivados cannábicos, la manifestación de indicios de conducta desviada, la insatisfacción institucional hacia el ámbito académico y la influencia de la socialización y el modelado paterno y del grupo de iguales evaluado mediante los correspondientes consumos paternos de alcohol, cannabis y otras drogas ilegales, así como por parte del grupo de iguales.

En otro sentido, se encontró el estudio de Pons y Buelga (2011) realizado en la Universidad de Valencia (España), el cual lleva por título *“Factores asociados al consumo juvenil de alcohol: Una revisión desde una perspectiva psicosocial y ecológica”* cuyo objetivo fue analizar los factores asociados al consumo juvenil de alcohol desde una perspectiva ecológica, en la que se integran las variables psicológicas, relacionales y socioculturales. Los autores analizaron, en primer lugar, las variables disposicionales del sujeto, seguidamente se repasan las provenientes del contexto familiar y, finalmente, se explora la relación entre el consumo de alcohol y los factores del entorno sociocultural.

Los autores afirman que, la motivación a consumir alcohol estará guiada, pues, por la creencia sobre las gratificaciones que se derivarán de sus efectos



psicoactivos y de su significado social, es decir, sobre las consecuencias gratificantes que se derivan de ingerir alcohol. En conclusión, al ingerir una bebida alcohólica se espera y se busca obtener gratificaciones más valoradas, más verificables a corto plazo y más probables que los posibles riesgos que entrañe tal conducta.

Telumbre, Esparza, Alonso (a) y Alonso (b) (2017), en su investigación “*Actitudes hacia el consumo de alcohol y consumo de alcohol en estudiantes de enfermería*” tuvieron como objetivo principal determinar la relación de las actitudes hacia el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en estudiantes de enfermería. Este estudio fue descriptivo, Correlacional. El muestreo fue censal con una muestra de 166 participantes de un programa de la Licenciatura en Enfermería de dos universidades privadas de Monterrey, Nuevo León, México. Se utilizó la Escala de Actitudes hacia el Consumo de Alcohol y el Cuestionario de Identificación de Trastornos debidos al Consumo de Alcohol. Hallaron que los estudiantes de enfermería visualizan el consumo de alcohol como algo normal, agradable y que relaja las tensiones del día a día.

En relación con las actitudes negativas hacia el consumo de alcohol, los jóvenes consideran que estarían dispuestos a convencer a los demás sobre los peligros de las bebidas alcohólicas, a colaborar en campañas contra las bebidas alcohólicas, a impedir que los niños consuman alcohol y a que el consumo de alcohol se prohíba. Las actitudes positivas que sobresalen es que los estudiantes



estarían dispuestos a beber alcohol con los amigos y amigas siempre que puedan, además de comprar alcohol para su uso y el de los amigos. Con lo anterior, los autores reafirman el hecho de que los jóvenes usan el alcohol para facilitar la interacción social, la expresividad verbal, la desinhibición de la conducta y como reductor de la tensión física y psicológica.

De igual forma, Villareal, Sánchez, Musitu y Varela (2010) en su investigación “*El consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: Propuesta de un modelo Socio comunitario*” tuvieron como objetivo analizar las relaciones existentes entre variables individuales, familiares, escolares y sociales con el consumo de alcohol en adolescentes. El tipo de estudio realizado es explicativo causal. La muestra estuvo conformada por 1,245 adolescentes de ambos sexos procedentes de dos centros educativos de secundaria y dos de preuniversitario de dos municipios del estado de Nuevo León, México. Se utilizó un muestreo probabilístico estratificado, considerando la proporción de alumnos por grado escolar, grupos y turno.

Los resultados mostraron que el apoyo social comunitario y el funcionamiento familiar se relacionaban con el consumo de alcohol de forma indirecta. El primero lo hacía de forma positiva y significativa a través del apoyo de amigos y el consumo de alcohol de familiares y amigos; y el segundo, lo hacía a través de dos formas: uno, de forma positiva y significativa, con el apoyo familiar y el consumo de alcohol de familiares y amigos y, dos, de forma positiva a través del



ajuste escolar y la autoestima escolar y ésta, de forma negativa, con el consumo de alcohol. También se observó una relación positiva y significativa entre funcionamiento familiar y el apoyo social comunitario.

Por otro lado, Álvarez, Alonso y Guidorizzi (2010), en su investigación “*Consumo de alcohol y autoestima en adolescentes*” analizaron la relación entre el nivel de autoestima y el consumo de alcohol en los adolescentes, a través de la realización de un estudio descriptivo transversal, en una facultad de enfermería en la ciudad de Querétaro, en México. Con una muestra de 109 adolescentes, entre 17 y 20 años. Para la obtención de los datos fueron aplicados dos instrumentos: AUDIT y Cuestionario de autoestima de Rosemberg.

Uno de los factores de protección estudiado en esa investigación fue la autoestima que contribuye a preservar el propio bienestar biológico, psicológico y social. El tener una autoestima saludable es considerado como un factor protector en la vida y es indispensable en la adolescencia, ya que el tener una autoestima baja, puede convertirse en factor de riesgo para iniciar el abuso de bebidas alcohólicas.

Dentro de los resultados obtenidos encontraron que la mayoría de los adolescentes participantes tenían la autoestima elevada (94.5%), ninguno presentó autoestima baja. El 80.7% de los adolescentes del estudio no tiene riesgo de consumo de alcohol. y es así como concluyeron que la mayoría de los adolescentes presentaron una elevada autoestima y tuvieron riesgo bajo de



consumo de alcohol y reiteran la importancia de implementar programas preventivos con respecto al consumo de alcohol y factores protectores a fin de que los adolescentes continúen con un estilo de vida saludable.

Vargas y Martínez (2015) realizaron un artículo titulado “*La relación entre el abuso del alcohol y la religión en adolescentes mexicanos*” donde analizaron las asociaciones del abuso de alcohol con la afiliación religiosa, la asistencia a la iglesia y el valor por la religión entre los adolescentes mexicanos, y examina las interacciones entre estas variables independientes, siendo esta su principal contribución. Tomaron como fuente de datos la Encuesta Nacional de la Juventud 2010, se emplearon estadísticas descriptivas y modelos multivariados de regresión logística. Los evangélicos exhibieron probabilidades más bajas de abusar del alcohol que los católicos, así como aquellos con un mayor valor por la iglesia y que asistían a esta, acompañados de padres o amigos. Entre los católicos, sólo asistir a la iglesia con los padres se asoció a menores probabilidades de abuso del alcohol, respecto a no ir a la iglesia, lo mismo que los evangélicos, para quienes también asistir con otras personas redujo esto.

No obstante, asistir a la iglesia con los padres sin tener valor por la religión no protegió a los adolescentes del abuso del alcohol. Tampoco asistir a la iglesia solo (sin compañía) se asoció a esta protección, aun cuando los adolescentes tuvieran un valor alto por la religión. Se concluye que ambos, tanto ser parte de una red social que asiste a la iglesia, como tener valor por esta, condicionan la



asociación del abuso del alcohol con la afiliación religiosa y son factores protectores fundamentales contra el abuso del alcohol entre los adolescentes mexicanos.

Continuando, se citan los aportes de Villarreal, Sánchez y Musitu (2013), en su investigación titulada *“Análisis psicosocial del consumo de alcohol en adolescentes mexicanos”*, cuyo objetivo fue realizar un análisis psicosocial del consumo de alcohol en adolescentes mexicanos, considerando de forma simultánea las variables personales, familiares, escolares y sociales. En su estudio, encontraron que en el ámbito familiar, un funcionamiento familiar caracterizado por la vinculación emocional entre los miembros de la familia y la habilidad para adaptarse a diferentes situaciones y demandas de la dinámica familiar, se relacionan positivamente con el apoyo familiar. También, lograron observar que el apoyo percibido de los miembros de la familia (padres, madres y hermanos/as) se relaciona con el consumo de alcohol en adolescentes. Los autores afirman que con lo anterior se podría pensar, a partir de estos resultados, que una parte importante del consumo de alcohol en adolescentes se da a partir de las relaciones familiares y con los iguales y, paralelamente, que este consumo está asociado, al igual que en las culturas mediterráneas, al ocio compartido con familia y amigos (festividades cívicas y religiosas, celebraciones familiares y reuniones de amigos).



Así mismo, Ruiz y Medina (2014) llevaron a cabo la investigación titulada *“La percepción de los adolescentes sobre el consumo de alcohol y su relación con la exposición a la oportunidad y la tentación al consumo de alcohol”*. El propósito inicial de este trabajo se centró en la definición de la “exposición a la oportunidad” y “la tentación al consumo” para crear modelos preventivos. La metodología fue cualitativa, empleando como técnica de investigación los grupos focales. La muestra se integró con 60 adolescentes entre 13 y 16 años, 30 experimentadores y 30 abusadores de alcohol, divididos en seis grupos cada uno de 10.

Los resultados muestran una clara identificación y definición de los constructos de exposición a la oportunidad y tentación al consumo. Las fiestas familiares e invitaciones son consideradas situaciones asociadas con la exposición a la oportunidad; y la tentación al consumo se asocia con emociones desagradables. En las estrategias de enfrentamiento para evitar el consumo, los experimentadores piensan en las consecuencias del consumo, en decir no y en respetar las reglas y decisiones; en tanto que los abusadores piensan en la diversión y nunca rechazaría la invitación de un amigo. Los resultados de esta investigación corresponden a la identificación de elementos específicos enfocados a la exposición a la oportunidad y la tentación al consumo, que permitirán el desarrollo de materiales psicoeducativos y alternativas de prevención centradas en habilidades de enfrentamiento a situaciones cotidianas y específicas al consumo de alcohol.



Méndez, Alonso (a), Alonso (b), Uribe y Armendáriz (2015) en su investigación sobre *“Relación de percepción de riesgo y consumo de alcohol en adolescentes”* identificaron la relación que existe entre percepción de riesgo con el tipo de consumo de alcohol (sensato, dependiente o dañino) en adolescentes de preparatoria. El diseño del estudio fue descriptivo, Correlacional. La muestra estuvo conformada por 345 adolescentes (hombres y mujeres), de 15 a 20 años de edad, pertenecientes a una preparatoria del área metropolitana de Monterrey, Nuevo León. Utilizaron una Cédula de identificación, el Cuestionario de Percepción de Riesgo hacia el Consumo de Alcohol y el instrumento AUDIT (Prueba de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol).

Los resultados mostraron que el 36.8% de los participantes consumidores de alcohol muestran un consumo sensato, seguido del consumo dependiente con el 14.8% y solo el 13.1% presentó un consumo dañino. Los autores concluyen que el miedo a las consecuencias negativas de las actividades de riesgo, como el consumo de alcohol, es dominante en los adolescentes para mantener una actitud negativa hacia el consumo, es decir, a mayor percepción de riesgo, menor consumo de alcohol en los adolescentes.

En la investigación de Segura, Morales y Flórez (2014) realizada en La Corporación Universitaria Minuto de Dios (Medellín, Colombia), titulada *“Transformación del sentido de vida en personas con dificultades en el consumo de alcohol después del ingreso a La Iglesia de Dios Pentecostal Movimiento*



*Internacional*”, tuvo como principal propósito conocer la vida de los jóvenes y realizar un paralelo entre el antes y después, siendo punto clave la transformación, el sentido de vida, el consumo de alcohol y la vinculación a una iglesia cristiana. La investigación fue realizada bajo una metodología fenomenológica, siendo su principal herramienta de recolección de la información la entrevista semiestructurada con ambos participantes.

Los autores, luego de llevar a cabo el análisis de las entrevistas, afirman que los protagonistas de la investigación al experimentar una falta de sentido trataban de llenarlo con el consumo de alcohol donde presenciaron situaciones negativas en las que estuvieron al borde de la muerte, comprendieron así, por la “presencia de Dios” que su vida estaba ausente de sentido de tal forma que el proceso de transformación se vio a partir de estas experiencias y la iglesia vino a consolidar y fortalecer las decisiones de estos.

También, lograron conocer el propósito vital de los entrevistados antes de ingresar a la comunidad religiosa, ya que, en sus testimonios relatan que buscaban aprobación social y esta condición les permitió adherirse a diferentes grupos para consumir alcohol. Terminan resaltando la influencia de la vinculación a la iglesia donde identificaron que los entrevistados configuraron nuevas estrategias para estructurar los valores que hasta ese momento se encontraban opacados por el consumo de alcohol, dando lugar al establecimiento de nuevas



relaciones interpersonales sanas en las cuales prevaleció el respeto, la tolerancia, armonía hacia todas las personas independientemente de su convicción religiosa

Puerto, Cañón, Palacios y Medina (2012) realizaron una investigación llamada *“Disminución del consumo de alcohol en adolescentes mediante el fortalecimiento de valores y la creación de puentes de comunicación en la familia que generen conductas de tolerancia y autocontrol”*, cuya finalidad fue disminuir el alto nivel de consumo de alcohol en los adolescentes pertenecientes al Colegio Boston de la ciudad de Duitama (Colombia), mediante sensibilización, reestructuración de valores, fortalecimiento de la comunicación en el hogar y autocontrol de sí mismos. La investigación contó con una población de adolescentes de diferentes ciclos académicos, con edades que oscilan entre los 15 y 18 años.

De acuerdo con los resultados obtenidos, los autores identificaron cuatro debilidades en el análisis de la información. Primero, evidenciaron en los adolescentes disfuncionalidad por falta del adecuado manejo de la comunicación en cuanto a las diversas formas de expresar el afecto en la familia. Segundo, afirman que los participantes no tienen clara la importancia sobre los canales de comunicación en el contexto familiar, educativo, personal y social. Tercero, los adolescentes no le dan importancia a la necesidad del autocuidado en cuanto a lo físico y la valoración de su cuerpo como elemento enriquecedor de la



personalidad; y cuarto, hallaron una significativa falta de interés sobre el manejo y el abordaje de los problemas en la adolescencia.

La investigación de Barbosa, Segura, Garzón y Parra (2014) llamada *“Significado de la experiencia del consumo de sustancias psicoactivas en un grupo de adolescentes institucionalizados”* realizada en la ciudad de Bogotá (Colombia) tuvo como objetivo principal comprender el significado que un grupo de adolescentes institucionalizados le asignan a la experiencia del consumo de sustancias psicoactivas. Para esto diseñaron una metodología cualitativa teniendo en cuenta el construccionismo social y la hermenéutica, utilizando como técnica de recolección de la información la entrevista profunda. Tuvo como resultado que para la mayoría de estos adolescentes el consumir significaba sentirse parte de un grupo o tener reconocimiento de estos, o porque la familia no les brindaba apoyo ni afecto y en eso se escudan para hacerlo.

En ese mismo orden de ideas, afirman que la necesidad de consolidar la construcción de la identidad, experimentar sensaciones, compartir significados vitales novedosos, escapar de las situaciones de violencia familiar, rechazo y exclusión social, impulsan a este grupo de adolescentes a buscar, por medio de las relaciones con sus pares, un reconocimiento social que les permita sentirse aceptados y reconocidos con sus nuevas cosmovisiones vitales.

Por otro lado, Páez y Posada (2015) en su estudio *“Significados al consumo de alcohol en habitantes de una comunidad rural, Antioquía, Colombia”* el objetivo



principal fue comprender el significado que los habitantes de una comunidad rural tienen sobre el consumo de alcohol. Dentro de los materiales y métodos utilizados para llevar a cabo la investigación fue la Investigación cualitativa; se utilizó la teoría fundada y el interaccionismo simbólico como método de investigación. Dentro de su muestra, participaron 18 personas, actores clave de la comunidad y agentes de las entidades territoriales.

En ella, los investigadores afirman que el consumo de alcohol es un evento emocional el cual permite a las personas la expresión de sentimientos y emociones, sobre todo cuando la cultura no ha favorecido su expresión; por otro lado, el alcohol contribuye a la superación de las problemáticas mostrándose como una alternativa de afrontamiento ante situaciones de dolor. Y, concluyen que es necesario abogar, desde la educación, por el desarrollo emocional, al entenderse como la oportunidad que tienen las personas de tener contacto con sus emociones y permitirse expresarlas, y lograr así ofrecer soluciones más acordes con la realidad al plantear y formular programas de promoción de la salud, prevención e intervención del abuso y dependencia del consumo de alcohol.

El trabajo realizado por Jaramillo y Céspedes (2019) en la Universidad Católica de Pereira (Colombia) titulado “*Revisión de antecedentes en prevención del consumo de SPA en el entorno espiritual y religioso*” tuvo como objetivo principal reconocer la espiritualidad como factor fundamental en la familia y



fortalecer la prevención en el consumo de sustancias psicoactivas a temprana edad en los jóvenes.

Luego de la revisión de los antecedentes los autores afirman que todo ser humano es por naturaleza espiritual, porque procede de un Ser Superior, obra y semejanza de Dios, por consiguiente, esta espiritualidad debe ser alimentada y fortalecida en la familia con un acompañamiento frecuente y eficaz, que proporcione al núcleo familiar las herramientas necesarias para proteger y prevenir al adolescente en el consumo de SPA. Y, que además de tener una espiritualidad bien fundamentada, es importante los lazos con amistades sanas, ya que el consumo de SPA tiene una gran influencia cuando los amigos o compañeros ejercen presión y ofertas de drogas como una salida a sus dificultades personales o familiares, pero dicha oferta se ve rechazada por jóvenes que en su proyecto de vida cuentan con los 2 elementos anteriores.

Manifiestan también que los jóvenes se involucran en grupos con trasfondo espiritual/religioso buscando nuevas experiencias como son amistades, espacios de reconocimiento, servicio social, o superación a las dificultades familiares, y que con el paso del tiempo ellos mismos reconocen que gran parte de las dificultades que vivían se refugiaban en el consumo de alcohol, pérdida del sentido de la vida, baja autoestima, aislamiento familiar, abandono de metas profesionales y fue precisamente el crecimiento en los encuentros juveniles, talleres, seminarios,



retiros, oración personal y comunitaria donde encontraron factores preventivos al consumo del alcohol.

Concluyen que es de suma importancia tomar la espiritualidad como factor preventivo de alcoholismo y drogadicción porque como lo afirman los estudios, existe menor riesgo de inicio en los adolescentes en consumo de SPA ya que cuando hay una estrecha relación entre el hombre y un Ser Superior, se contempla una manera más agradable de ver la vida y un camino hacia la felicidad.

Así también, Parra, Bello y Melano (2018) en su investigación *“Factores de riesgo que influyen en el consumo de alcohol en los adolescentes del colegio Fe y Alegría”* realizada en el municipio de San José de Cúcuta (Colombia), tuvieron como objetivo determinar los factores de riesgo que influyen en el consumo de alcohol en los adolescentes del colegio fe y alegría, en el municipio San José de Cúcuta. La investigación fue realizada con estudiantes de los grados 6 y 11 y contó con una muestra de 231 adolescentes que cumplían con los criterios de inclusión planteados.

Hallaron que los principales factores de riesgo son la influencia de los padres y los amigos. Para los autores, los adolescentes son los que se relacionan más con el tema del alcoholismo “debido a la etapa de adolescencia es un período de rápido crecimiento y de cambios físicos, y se presenta como una etapa crítica para el inicio del consumo de sustancias adictivas, sustancias que pueden marcar



en muchos adolescentes el acceso psicológico al mundo de los adultos”. De la misma manera, los autores afirman que en esta etapa la curiosidad es un tema principal y, que las amistades y familiares con su ejemplo y presión conllevan a los adolescentes a seguir estos modelos de conductas.

Por otro lado, Gómez y Cogollo (2015), en su artículo *“Asociación entre religiosidad y estilo de vida en adolescentes”* cuyo propósito fue establecer la asociación entre religiosidad y estilo de vida en estudiantes de Cartagena, Colombia, realizaron un estudio de tipo transversal en el que participaron estudiantes entre 13 y 17 años. Estimaron la relación entre inactividad física, experiencia coital alguna vez en la vida, consumo de cigarrillos durante el último mes, consumo problemático de alcohol, consumo de alguna sustancia ilegal alguna vez en la vida y religiosidad. Concluyeron que en estudiantes adolescentes de Cartagena, Colombia, la baja religiosidad se relaciona con experiencia coital alguna vez en la vida. La religiosidad no guarda asociación significativa con la inactividad física, el consumo de cigarrillos, sustancias ilegales o el consumo problemático de alcohol. Y finalmente, recomiendan corroborar estos hallazgos en otras ciudades y realizar otros estudios que evalúen la asociación entre religiosidad y otros aspectos relevantes del estilo de vida de la población de estudiantes colombianos.

Seguidamente, se cita la investigación de Díaz, Correa, Vacca, Barbosa, Méndez y Muñoz (2012) titulada *“Consumo de alcohol en estudiantes*



*universitarios y personas con proceso de rehabilitación”* llevada a cabo en la ciudad de Bogotá, Colombia. Donde, su principal objetivo fue analizar las condiciones bajo las cuales se ha dado el consumo de alcohol en estudiantes universitarios y personas que han estado en un proceso de rehabilitación por dependencia al alcohol.

La investigación fue de tipo no experimental transaccional descriptiva. En él, participaron 36 sujetos, 20 estudiantes universitarios de los cuatro primeros semestres de universidades privadas y 16 adultos que hubieran estado matriculados en una universidad privada y que hubieran pasado por un proceso de rehabilitación a causa de su dependencia con el alcohol. En la investigación, los autores afirman que las personas más propensas a depender del consumo de alcohol son aquellos que tuvieron su primer contacto de manera excesiva a temprana edad (13-15 años).

De la misma manera, resaltan que la mayoría de las veces, practican el consumo de alcohol en casa de un amigo, seguido de los bares. Lo anterior, se relaciona de una u otra manera con la influencia de compañeros o pares bebedores en el consumo, resaltando la presión social como razón principal al momento de consumir alcohol. Respecto a la motivación de consumo, los investigadores hallaron que los participantes presentan una falta de conocimiento sobre las consecuencias del consumo esto se explica ya que, los resultados



positivos son más percibidos que los negativos siendo este, unos de los factores que incrementa el consumo.

Dentro de sus conclusiones, los autores concuerdan que un aspecto importante al analizar los problemas relacionados con el consumo de alcohol es la influencia de factores como la genética y la historia familiar y creen necesario la importancia de generar conciencia en la población juvenil como adulta sobre las consecuencias que acarrea el consumo de alcohol, ya que aun cuando pueda experimentarse euforia, alegría, exaltación, entre otras, se generan lazos de dependencia a partir de los cuales, para lograr el efecto deseado se requiere un consumo frecuente.

De igual forma, Trujillo y Flórez (2013) en su investigación titulada *“Consumo de Alcohol en los Adolescentes de Chía y su Percepción del Consumo y de la Permisividad Parental frente al Uso de Sustancias”* trabajaron con 326 estudiantes de 3 colegios mixtos del municipio de Chía (Cundinamarca) con el objetivo de identificar si existe alguna relación entre el consumo de alcohol en adolescentes y la percepción que estos tienen de las prácticas de consumo por parte de sus padres y de la permisividad parental frente a su consumo de alcohol. Con un diseño transversal descriptivo, Correlacional, midieron las variables de interés a partir de una encuesta diseñada por los autores. Los resultados los dividieron en la descripción del consumo de alcohol de los adolescentes, el



consumo de los padres y la permisividad o aprobación del consumo percibidos por los adolescentes y las asociaciones significativas entre los dos puntos anteriores.

Se evidenció que el 83% de los adolescentes de Chía consumen alcohol principalmente en celebraciones, eventos sociales y ocasiones esporádicas, evidenciando un patrón de consumo social enmarcado por la reunión de grupos y se encontró que para el 80% de los adolescentes, los amigos son los principales acompañantes de consumo. Los jóvenes perciben que la sustancia más consumida por los padres es el alcohol, el 48% de los adolescentes contestó que a los papás no les molesta que tomen alcohol y que hay situaciones en las que no ven mal que sus hijos lo hagan. Asimismo al 24% de los participantes los dejan tomar en la casa y al 36% les permiten tomar alcohol dentro del hogar en algunas ocasiones, lo que muestra que la mayoría de los adolescentes perciben que, en ciertas situaciones y contextos, los padres aprueban que consuman alcohol.

Los resultados también muestran que el 86% de los adolescentes percibe que en sus familias existen reglas claras acerca del consumo, que al 85% sus padres les han informado acerca de las consecuencias negativas del consumo de sustancias psicoactivas y que el 91% percibe que los papás se darían cuenta si llegan borrachos a la casa.

Los autores concluyen que los resultados del estudio tienen implicaciones importantes en los programas de prevención de consumo de alcohol, al confirmar la importancia que tiene la percepción de los adolescentes del consumo y de la



permissividad de los padres para tomar. Además, muestran la necesidad de generar programas de prevención que tengan en cuenta las prácticas familiares relacionadas con el consumo de sustancias, para modificar las actitudes parentales favorables hacia el consumo de los hijos y disminuir la permissividad frente al consumo de alcohol en los adolescentes.

Realizando un análisis de los antecedentes hallados, 15 enriquecen esta investigación por el componente del consumo de alcohol, donde abordan temas relacionados a las experiencias de consumo, factores de riesgo psicosociales y protectores, prevención ante el consumo, estrategias de disminución consumo y las percepciones de los adolescentes y jóvenes ante el mismo; de la misma manera se hallaron 3 investigaciones que abordan el componente religioso, estableciendo una relación con los estilos de vida de los participantes, su relación con el consumo y finalmente la influencia que tiene la iglesia ante la transformación de sentido de vida.

Los estudios encontrados a nivel local y regional no presentan relación directa con el tema que nos permitan enriquecer la investigación, sin embargo, consideramos que los antecedentes internacionales y nacionales nos permiten visualizar de manera amplia y detallada una problemática a nivel mundial como lo es el consumo de alcohol.

## **Vinculaciones conceptuales y prácticas.**

### **Sustancias psicoactivas**

Según el Observatorio de Drogas de Colombia (s.f) las sustancias psicoactivas (SPA) son aquellas sustancias que introducidas en el organismo por cualquier vía de administración, producen de algún modo una alteración del natural funcionamiento del sistema nervioso central del individuo y además es susceptible de crear dependencia, ya sea psicológica, física o ambas.

El consumo de SPA (sustancias psicoactivas) es un proceso en el que, según Sandí (1995, como se citó en Mora, 2005) se observan tres etapas:

El uso, que se refiere a cualquier consumo que no produce consecuencias dañinas en el individuo; el abuso, que se define como un patrón mal adaptado de consumo que persiste al menos por un mes e incluye consumo continuo a pesar de las consecuencias dañinas, y la dependencia en donde se agregan además de lo anterior, intoxicaciones frecuentes, desarrollo de tolerancia, presencia del síndrome de supresión o de abstinencia (p. 41).

### **Consumo de alcohol**

El alcohol es la segunda sustancia psicotrópica activa más usada en el mundo, luego de la cafeína, y es un factor de riesgo de muerte y discapacidad temprana. Este tipo de trastorno tiene un alto grado de asociación con enfermedades mentales, traumatismos, enfermedades como coronariopatías, cirrosis hepática, epilepsia, cáncer (hepático,

colorrectal, mamario, laríngeo, faríngeo y esofágico). Tiene impacto en el grado de discapacidad, lo cual afecta al funcionamiento familiar, económico y social de los individuos. El consumo de alcohol también está relacionado con agresiones y situaciones de violencia, comisión de actos criminales, intentos suicidas y suicidios consumados y uso de otro tipo de sustancias psicoactivas. (De la Espriella, Rodríguez, Rincón, Cabrera, Pérez, y Gómez, 2016, p. 77)

Según la OMS, citado en De la Espriella, et al., (2016) se han identificado además factores ambientales como el nivel de desarrollo de una población, la cultura y la disponibilidad de alcohol. Cuanto más vulnerable sea el individuo y más factores de riesgo reúna, tendrá más probabilidad de sufrir problemas relacionados con el consumo de alcohol (p. 78).

En la Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas de 2008, se estableció que:

1 de cada 15 colombianos abusa del alcohol, en mayor proporción entre los varones. Las mayores prevalencias, ajustadas por el consumo de riesgo o perjudicial, se encuentran en Medellín, San Andrés y Providencia, Córdoba, Chocó, La Guajira, Nariño y Sucre. De la misma manera, se encontró que 61% de los colombianos de 12-65 años ha consumido alcohol en el último año. La edad promedio de inicio de consumo de alcohol es de 10 años los varones y 11 años las mujeres.



Según este estudio, aparte de que el uso es significativamente mayor en hombres que en mujeres, el grupo mayoritario es el comprendido entre los 18 y 24 años, seguido muy por el que va de los 25 a los 44 años, sin que sea despreciable la prevalencia entre los 12 a los 17 años, concluyen los autores. (p. 77)

Es pertinente agregar que en Colombia, el consumo de alcohol, alcanza grandes proporciones. El propio Estado lo incentiva, al ser prácticamente el único productor de licores y derivar sus ingresos a los departamentos de su venta y del juego. Hay zonas del país donde el consumo de alcohol, en ambos sexos, es alarmante y se incrementa peligrosamente en la juventud. De ahí que se lo considere como el primer determinante de homicidios, lesiones personales, maltrato infantil y disolución de la familia.

### **Percepción**

Gilberto Oviedo, (2004), profesor del Departamento de Psicología de la Universidad de los Andes, Colombia, afirma que:

La percepción es uno de los temas inaugurales de la psicología como ciencia y ha sido objeto de diferentes intentos de explicación. Existe consenso científico en considerar al movimiento Gestalt como uno de los esfuerzos más sistemáticos y fecundos en la producción de sus principios explicativos. (p. 89)



Autores muy representativos de la teoría Gestáltica como Wertheimer y Friedman, 1982 consideran que:

La percepción es el proceso fundamental de la actividad mental, y suponen que las demás actividades psicológicas como el aprendizaje, la memoria, el pensamiento, entre otros, dependen del adecuado funcionamiento del proceso de organización perceptual. (Oviedo, 2004, p 89)

El primer supuesto básico desarrollado por la Gestalt es la afirmación de que la actividad mental no es una copia idéntica del mundo percibido. Contrariamente define la percepción como un proceso de extracción y selección de información relevante encargado de generar un estado de claridad y lucidez consciente que permita el desempeño dentro del mayor grado de racionalidad y coherencia posibles con el mundo circundante. (p. 90)

Así mismo, Oviedo (2004), afirma que “la Gestalt definió la percepción como una tendencia al orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información; y en segundo lugar, garantiza que la información retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías, conceptos, etc.)” (p. 89).

Vargas (1994) agrega a esta definición una característica donde explica que la percepción es biocultural porque, por un lado, depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados y, por otro lado, de la selección y organización de



dichos estímulos y sensaciones. Para el autor, las experiencias sensoriales se interpretan y adquieren significado moldeadas por pautas culturales e ideológicas específicas aprendidas desde la infancia (p. 47).

Una de las principales disciplinas que se ha encargado del estudio de la percepción ha sido la psicología y, en términos generales, tradicionalmente este campo ha definido a la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización.

Uno de los aspectos que ha sido privilegiado en los estudios tanto psicológicos como filosóficos sobre percepción es el de la elaboración de juicios, que se plantea como una de las características básicas de la percepción. La formulación de juicios ha sido tratada dentro del ámbito de los procesos intelectuales conscientes, en un modelo lineal en donde el individuo es estimulado, tiene sensaciones y las intelectualiza formulando juicios u opiniones sobre ellas, circunscribiendo a la percepción en el ámbito de la mente consciente. (p. 48)

Vargas (1994) también afirma que, en el proceso de la percepción se ponen en juego referentes ideológicos y culturales que reproducen y explican la realidad



y que son aplicados a las distintas experiencias cotidianas para ordenarlas y transformarlas (p. 49):

Dentro de estos referentes, resaltamos:

- *Reconocimiento* de las experiencias cotidianas: es un proceso importante involucrado en la percepción, porque permite evocar experiencias y conocimientos previamente adquiridos a lo largo de la vida con los cuales se comparan las nuevas experiencias, lo que permite identificarlas y aprehenderlas para interactuar con el entorno. De esta forma, a través del reconocimiento de las características de los objetos se construyen y reproducen modelos culturales e ideológicos que permiten explicar la realidad con una cierta lógica de entre varias posibles, que se aprende desde la infancia y que depende de la construcción colectiva y del plano de significación en que se obtiene la experiencia y de donde ésta llega a cobrar sentido.
- *Acervo cultural*: lo percibido es identificado y seleccionado, sea novedoso o no, adecuándose a los referentes que dan sentido a la vivencia, haciéndola comprensible de forma que permita la adaptación y el manejo del entorno. La manera de clasificar lo percibido es moldeada por circunstancias sociales. La cultura de pertenencia, el grupo en el que se está inserto en la sociedad, la clase social a la que se pertenece, influyen sobre las formas como es concebida la realidad, las cuales son aprendidas y reproducidas

por los sujetos sociales. Por consiguiente, la percepción pone de manifiesto el orden y la significación que la sociedad asigna al ambiente.

- *Histórico-social*: la percepción tiene ubicación espacial y temporal, depende de las circunstancias cambiantes y de la adquisición de experiencias novedosas que incorporen otros elementos a las estructuras perceptuales previas, modificándose y adecuándose a las condiciones.

### **Jóvenes**

Para Rousseau, Citado en Santillán y González (2016):

La juventud es un periodo fugaz, pero crítico y con influencia en el desarrollo posterior del ser humano. La juventud es un periodo que no deja de ser tempestuoso, de “mudanza de genio”, es una etapa donde no se es ni niño/a ni hombre o mujer, es donde se empiezan a experimentar los sentimientos. (p. 117)

Bourdieu, manifiesta que:

El concepto de juventud corresponde a una construcción social, histórica, cultural y relacional, que a través de las diferentes épocas ha adquirido significados y restricciones diferentes porque “la juventud y la vejez no están dadas, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes y viejos”. (Bourdieu, 2000: 164, citado en Dávila, 2004, p. 86)

De la misma manera, Lozano (2003, Citado en Fandiño, 2011) sostiene que:

La búsqueda de una definición de lo juvenil no es simple porque este es uno desde el punto de vista de la biología y es otro si se habla de una cualidad social o fenomenológica. Así, mientras algunos ven a los jóvenes como aquellos que no pueden seguir siendo considerados niños pero que todavía no son adultos, otros los definen como aquellos que se revelan y/o luchan por el poder de los mayores (p. 150).

Por su parte, Soto (2005) afirma que:

La adolescencia y la juventud se han interpretado desde diversas perspectivas que han aportado un conjunto de conocimientos acerca de estas edades. El psicoanálisis, por ejemplo, plantea a la adolescencia como una fase de cambio que implica lo que se ha llamado el “segundo nacimiento”. La sociología y la antropología, en cambio, afirman que la juventud es una construcción histórico-social, producto del conjunto de relaciones instituidas en una sociedad (Citado en Fandiño, 2011, p. 150).

Como advierte Bourdieu:

resulta una falacia hablar de la gente joven como si éstos fuesen una unidad social con intereses comunes, potencialidades y debilidades inmutables en relación a un determinado estado de desarrollo biológico; al contrario, la juventud es un concepto que remite a una construcción social que evidencia las condiciones histórico sociales en un tiempo determinado.

(Bourdieu, 2002, citado por Sepúlveda, 2013, p. 13)



## **Grupos Juveniles**

El psicólogo Alejandro Rodríguez (2020), define el concepto de identidades juveniles como:

La existencia de una sensación de pertenencia a un grupo con unas características, costumbres, ideas y comportamientos determinados entre la población. Este fenómeno aparece principalmente durante la adolescencia y los primeros años de la juventud, aunque puede darse de forma parecida en cualquier momento (Párr. 1).

De la misma manera agrega que:

Según los expertos en psicología social, las identidades juveniles se forman como una herramienta por parte de los adolescentes para buscar quiénes son realmente y alejarse de la forma de pensar impuesta por parte de sus padres y su entorno, que les había estado dominando durante los primeros años de su vida. Las identidades grupales juveniles tienen una relación directa con la formación del autoconcepto y la identidad propia en los adolescentes. Pertenecer a un grupo de personas parecidas ayuda a los más jóvenes a encontrar su lugar en el mundo y a desarrollar su visión de quiénes son realmente. (Rodríguez, 2020, Párr. 2)

Para el psicólogo, uno de los elementos más importantes dentro de la teoría de las identidades juveniles es el de los grupos de pertenencia. “Según los expertos de esta área, los adolescentes y jóvenes tienden a formar tribus/grupos



con los que se sienten identificados y que les ayudan a forjar su propio autoconcepto y a encontrar su lugar en el mundo” (Párr. 8).

De la misma manera, Rodríguez, resalta la importancia de los grupos de pertenencia donde expone cómo cobra un mayor sentido cuando se estudia este fenómeno desde un punto de vista psicológico:

Durante la adolescencia y la juventud, los individuos dejan de identificarse tan profundamente con sus padres como lo hacían durante su infancia. Es por este motivo que tienden a buscar un nuevo punto de apoyo. La mayoría de los jóvenes encuentran este nuevo punto de apoyo en otras personas de su edad. De esta manera, buscan pertenecer a un grupo con el que se identifiquen y del que extraerán una serie de conocimientos fundamentales, como sus valores, la manera de entender lo que les ocurre o los comportamientos que son considerados aceptables. (Rodríguez, 2020, Párr. 9)

Así mismo, el psicólogo agrega que:

Existen muchos elementos que pueden determinar la formación de las distintas identidades juveniles de una persona. Algunos grupos y tribus urbanas están conformados por personas con unas mismas ideas políticas y *religiosas*, mientras que otros tienen más que ver con aspectos como la

sexualidad, la raza, o incluso el estatus socioeconómico. Por otro lado, algunos grupos juveniles se articulan en torno a otros elementos menos fundamentales para la formación de la identidad, como la preferencia por algún pasatiempo en concreto o la práctica de determinados deportes. Así, este fenómeno es muy amplio y puede manifestarse de formas extremadamente distintas. (Rodríguez, 2020, Párr. 12)

### **Religión**

Si bien es cierto, la religión, a lo largo de la historia ha recibido una serie de críticas y apoyos desde el punto de vista que se le vea. Se dice que la religión modifica el pensamiento, así como la conducta y la forma de ver la vida de quienes la practican, estableciendo ella misma sus reglas que van guiadas por “las buenas prácticas del ser cristiano”. Estos pensamientos tienden a ser reforzados por los padres o cuidadores quienes enseñan y muestran la importancia de pertenecer y asistir a la iglesia, y humanizan la figura de seres supremos como Dios/Jehová, Jesucristo y el Espíritu Santo.

Del mismo modo, McCullough y Willoughby (2009) en su artículo *Religion, Self-Regulation, and Self-Control: Associations, Explanations, and Implications* afirman que:

La religión es una poderosa fuerza social. La historia da testimonio de la religión y capacidad para enfocar y coordinar el esfuerzo humano, para crear asombro y terror, fomentar la guerra y la paz, unificar grupos sociales

y galvanizar los unos contra el otro. Además del poder de la religión social, afirman, la religión es una fuerza psicológica que puede influir en los resultados de las vidas humanas individuales. De hecho, la gama de los resultados sociales, conductuales y relacionados con la salud con los que se asocia la religiosidad son tanto provocativos como desconcertantes (p. 1).

Gracias a las investigaciones realizadas en distintas partes del mundo, los autores concluyen que:

Las personas más devotas tienden a tener un mejor rendimiento escolar, a vivir durante más tiempo y, en general, a ser más felices. De la misma manera, agregan que, estudios realizados en las últimas ocho décadas han permitido concluir que la fe religiosa y la devoción fomentan, además, el autocontrol. (McCullough y Willoughby, 2009, citado por Martínez 2009, Párr. 5)

Según escriben los científicos, en un artículo publicado en el Psychology Bulletin de la American Psychological Association (APA, 2009), los resultados obtenidos señalan que:

La gente religiosa, en general, es más persistente y capaz de alcanzar aquellos objetivos a largo plazo importantes para ellos y para sus grupos religiosos. Este hecho podría ayudar a explicar por qué las personas

religiosas tienden a presentar tasas más bajas de abuso de sustancias, mejor rendimiento académico, niveles más bajos de delincuencia, mejores hábitos de salud, menos depresión y una mayor esperanza de vida. Así, se obtuvieron evidencias en diversos campos (como las ciencias sociales, la neurociencia, la economía, la psicología y la sociología) de que las creencias religiosas y sus prácticas hacen que la gente ejerza un mayor autocontrol y regule de manera más eficiente sus actitudes y emociones, con la finalidad de conseguir objetivos para ellos valiosos.

Los científicos insisten en que el estudio “Religion, Self-Regulation, and Self-Control: Associations, Explanations, and Implications” proporciona evidencias muy claras de que la religión está positivamente relacionada con el autocontrol y con otras características como la amabilidad o la rectitud, consideradas por muchos teóricos los sustratos básicos de la capacidad de auto controlarse. Además, los estilos de vida religiosos contribuyen al autocontrol porque proporcionan a los individuos modelos claros de comportamiento. La gente está así más atenta a lo que hace, e incluso puede sentir que Dios vigila su forma de actuar. (Citado por Martínez, 2009, Párr. 7-12)

### **Factores de riesgo**

Clayton 1992 (citado por Ahumada, Gámez y Valdez, 2017) afirma que:

Existen algunos factores que condicionan al joven a la hora de decidir iniciar el consumo, estos factores pueden definirse como factores de riesgo entendido como un “atributo y/o característica individual, condición situacional y/o contexto ambiental que incrementa la probabilidad del uso y/o abuso de drogas. (p. 14)

La evidencia sobre la naturaleza del fenómeno multicausal y complejo del consumo de alcohol desde la perspectiva de factores de riesgo es abundante y puede ser clasificada como factores (Ahumada, Gámez y Valdez, 2017, p. 15):

- **Biológicos:** la predisposición genética, el riesgo genético influye sobre la predisposición a usar y desarrollar dependencia al alcohol, además puede determinar los patrones y los resultados del consumo.
- **Personales:** la edad, el estado de salud física y mental, el estrés, las creencias y expectativas acerca del alcohol, la búsqueda de sensaciones, personalidad antisocial, baja satisfacción personal, el aislamiento, actitud apática, falta de valores, inseguridad.
- **Familiares:** las familias disfuncionales, el maltrato, los conflictos familiares, los padres consumidores o con actitud proactiva hacia el consumo, el déficit o exceso de disciplina, la falta de lazos afectivos, frustración familiar, mala relación con los hermanos, crianza poco efectiva, ausencia de responsabilidades dentro de la familia, desinterés por la educación de los hijos, mala comunicación entre los miembros de la familia.

- **Psicológicos:** baja autoestima, ansiedad, depresión, problemas de comportamiento, bajo autocontrol, disminución de las habilidades sociales y emocionales, estilos de afrontamiento inefectivos, dependencia emocional, inseguridad, necesidad de autoafirmación, baja satisfacción o capacidad de divertirse.
- **Escolares:** Comportamiento inapropiado, demasiado tímido o agresivo en clase, deficiencia en el desempeño académico, fracaso académico, asociación con compañeros de comportamiento desadaptativos, abandono temprano de la escuela o institución educativa, barreras comunicacionales y de cordialidad entre los docentes y estudiantes, aislamiento del grupo, disponibilidad de alcohol en la escuela, y la promoción del individualismo y la competitividad.
- **Ambientales/sociales:** las normas o leyes sociales favorables para el consumo, fácil acceso al alcohol, privación económica, la publicidad, la delincuencia y marginalidad, amigos consumidores.

Las autoras, consideran que:

Es importante reconocer que cada factor de riesgo tiene un impacto significativo sobre la respuesta individual hacia el consumo de alcohol, pero generalmente estos factores no influyen de manera precisa en la elección o no del consumo, más bien estos factores se interrelacionan entre sí, incrementando la probabilidad de consumo



de alcohol, haciendo difícil encontrar una causa específica del origen de esta conducta. Para atenuar o disminuir estos factores de riesgo, se encuentran los factores protectores. (p. 15)

### **Factores protectores**

Hawkins (1985) citado por Ahumada, Gámez y Valdez (2017) definió los factores protectores como “aquellos factores o atributos individuales (personales, psicológicos, sociales), condiciones situacionales, ambiente o contexto que reduce, inhiben, o atenúan la probabilidad de ocurrencia de la conducta de consumo de drogas” (p 16).

En su Teoría de Desarrollo Social, Hawkins y Weis (1985), proponen tres factores de protección que controlan los comportamientos problemáticos y antisociales como el consumo de alcohol (Ahumada, Gámez y Valdez, 2017, p. 16):

- **Las relaciones sociales:** apego, compromiso, comunicación con la familia, la escuela y los compañeros y amigos no consumidores.
- **Las coacciones o limitaciones externas:** es decir, normas claras y consistentes contra el consumo de drogas, mantenidas o demostradas por personas importantes para el individuo.
- **Las habilidades sociales:** contar con estrategias de solución para afrontamiento asertivo de situaciones o tentaciones de consumo, autocontrol o autoeficacia de resistencia para no involucrarse con el



consumo, autoconcepto o autoestima, así como satisfacción y proyecto de vida. Todo esto actuaría protegiendo al joven de su involucramiento con el alcohol y otras drogas.

Al igual que los factores de riesgo los factores protectores se pueden clasificar en:

- **Factores Personales:** Adecuado desarrollo y madurez, actitud positiva, proyecto de vida, aptitudes sociales, habilidad de resolución de conflictos, motivación al logro, habilidades cognitivas, autonomía, independencia, planificación del tiempo libre.
- **Familiares:** Ambiente cálido, buena relación con padres y hermanos, comunicación abierta y asertiva, cohesión o unión familiar, límites claros, apoyo y seguimiento de la educación de los hijos, manejo eficaz del estrés de los integrantes de la familia, tiempo de calidad, expectativas claras, promoción de hábitos sanos, compartir intereses y tiempo libre.
- **Psicológicos:** Adecuada autoestima, autocontrol, empatía, asertividad, capacidad de frustración y de postergar la satisfacción.
- **Escolares:** Perseverancia en los estudios, apoyo social, buena comunicación docente-estudiante, establecimiento de lazos cordiales, buena relación con los compañeros, conexión entre la casa y la escuela, fomento de actividades extracurriculares y deportivas, fomento del trabajo en equipo y de la creatividad.

- **Ambientales/sociales:** Participación activa en la comunidad, apoyo social de los compañeros, relación con diversos grupos proactivos, promoción de actividades de ocio y tiempo libre, leyes y normas desfavorables para el consumo de alcohol, áreas que favorezcan la convivencia. (Hawkins, 1985, citado por Ahumada, Gámez y Valdez, 2017, p. 16)

### **Estrategias de afrontamiento**

Lazarus y Folkman (1986) definieron el afrontamiento como “aquellos esfuerzos cognitivos y conductuales constantemente cambiantes que se desarrollan para manejar las demandas específicas, externas y/o internas, que son evaluadas como excedentes o desbordantes de los recursos del individuo”. “Más tarde, este planteamiento teórico evolucionó hacia una teoría de las emociones y se ha orientado hacia posiciones constructivistas y cualitativas” (Lazarus, 2000, citado en Castaño y del Barco, 2010, p. 245).

Dentro de esta línea conceptual, la investigación sobre la relación entre estrategias de afrontamiento y personalidad, ha llevado a establecer diferencias entre dos conceptos que podrían parecer similares: los estilos de afrontamiento y las estrategias de afrontamiento. Para Fernández Abascal (1997), *los estilos de afrontamiento* “se refieren a predisposiciones personales para hacer frente a las situaciones y son los responsables de las preferencias individuales en el uso de unos u otros tipos de estrategias



de afrontamiento, así como de su estabilidad temporal y situacional”.

(Castaño y del Barco, 2010, p. 246)

A su vez, *las estrategias de afrontamiento* son:

Los procesos concretos que se utilizan en cada contexto y pueden ser altamente cambiantes dependiendo de las situaciones desencadenantes. En este sentido, los estilos de afrontamiento se pueden considerar como disposiciones generales que llevan a la persona a pensar y actuar de forma más o menos estable ante diferentes situaciones (Sandín, Chorot, Santed y Jiménez, 1995), mientras que las estrategias de afrontamiento se establecerán en función de la situación (Castaño y del Barco, 2010, p. 246).

También se afirma que “dentro de las variables psicosociales asociadas al bienestar subjetivo, las estrategias de afrontamiento presentan contribuciones significativas, ya que son mecanismos que los individuos utilizan para minimizar los efectos del estrés” (Domínguez, 2006, Citado en Verdugo, Ponce de León, Guardado, Meda, Uribe y Guzmán 2013, p. 81).

### **Toma de decisiones**

A lo largo de la vida, se está inmerso en situaciones que exigen elegir entre una cosa u otra. Lo cual, puede generar crisis en algunos momentos. En ese orden de ideas, el autor Willingham (2007), afirma que “la toma de decisiones



comprende todo el comportamiento humano” (Citado por Gradin, Fernandez, Paz y Nicolaisen, 2015, p. 273).

Para entender ampliamente este término, se menciona el modelo de Janis y Mann (1977) quienes afirman que:

La toma de decisiones es un proceso que conlleva un conflicto de decisión generador de estrés. Este estrés de decisión se ve alimentado, según los autores, por dos fuentes: (a) la preocupación por pérdidas objetivas y (b) la preocupación por pérdidas subjetivas. Lo anterior confluye en el individuo con fuertes deseos de acabar cuanto antes con el problema precipitando una decisión (cierre prematuro del problema) con deseos no menos intensos de evitar o al menos aplazar cualquier decisión (estancamiento del problema)”. (Citado por Luna y Laca, 2014, p. 43)

Los autores afirman que:

La preocupación por pérdidas objetivas y subjetivas genera que el individuo inicialmente tenga cierta resistencia a tomar decisiones y a que se pregunte si realmente se corre algún riesgo dejando las cosas tal como están (patrón de inercia no conflictiva); en caso de no ser así y de que el sujeto perciba que la tendencia del estado de cosas es a empeorar si no se introducen cambios, se preguntará si se corren demasiados riesgos llevando a cabo el curso de acción más accesible (patrón de cambio no conflictivo). (Luna y Laca, 2014, p 43)

## **Momento II.**

### **Planteamiento problémico**

#### **Línea de investigación**

La presente investigación hace parte del campo de la Psicología en contextos sociales y culturales, siendo su propósito analizar las percepciones sobre el consumo de alcohol en los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar.

Esta línea, pretende dar respuestas o los interrogantes que se plantean respecto al ser humano teniendo en cuenta a éste como un ser integral que hace parte de un contexto social y cultural, el cual tiene influencia en la forma como el ser humano elabora conceptos, significados, percepciones, representaciones e imaginarios de la realidad, y de los fenómenos que se presentan en la sociedad.

Busca también interpretar y analizar cada una de las conductas adaptativas y, el significado que el individuo le da a diversas situaciones con el objetivo de brindar propuestas que permitan disminuir todo malestar generado por ellas; y cuáles son esas habilidades sociales que el individuo ha adquirido a lo largo de su vida que le permiten responder ante dichas situaciones; todas estas pretensiones de esta línea de investigación están enmarcadas dentro de la problemática a investigar.

## **Enunciación del campo temático y acercamiento al problema de investigación.**

El consumo de alcohol, es un tema que ha estudiado la ciencia de la Psicología por mucho tiempo, tratando de entender y comprender aspectos como: las razones de consumo, afectaciones en cada una de las áreas de la vida del individuo y sobre todo, el componente relacionado con la adicción a la misma, resaltando la incapacidad del individuo sobre control del consumo.

Álvarez, Alonso y Guidorizzi (2010), agregan que:

Si bien es cierto, el uso y abuso de sustancias adictivas como el alcohol, constituyen en la actualidad un fenómeno complejo, que tiene consecuencias en la salud de los individuos y su entorno, además de representar un problema sanitario en el ámbito internacional, nacional y local. Sus raíces involucran factores determinantes y condicionantes culturales, además de representar un problema global. (p. 635).

En un comunicado de prensa del 2018, la Organización Mundial de la Salud (OMS) manifiesta que:

En 2016 murieron más de 3 millones de personas a consecuencia del consumo nocivo de alcohol, lo que representa 1 de cada 20 muertes. Más de las tres cuartas partes de esas muertes corresponden a hombres. En general, el consumo nocivo de alcohol causa más del 5% de la carga mundial de morbilidad.



También agregaron que:

En el mundo, se calcula que hay 2300 millones de bebedores. Más de la mitad de la población de tres regiones de la OMS (Américas, Europa y el Pacífico Occidental) consume alcohol. La Región de Europa tiene el consumo per cápita más alto del mundo, a pesar de que ha disminuido en más del 10% desde 2010. Las tendencias y proyecciones actuales apuntan a un aumento del consumo mundial de alcohol per cápita en los próximos 10 años, particularmente en las regiones de Asia Sudoriental, Pacífico Occidental y las Américas.

En la Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Colombia publicada en 2020, pero aplicada en el periodo de 2019 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se encontró que:

Con respecto al consumo de alcohol o bebidas alcohólicas, el 84,0% de las personas de 12 a 65 años en el total nacional informaron haber consumido alguna vez en su vida, 54,5% consumieron en los últimos 12 meses (año) y 30,1% en los últimos 30 días (mes). (p. 10)

La edad promedio de inicio de consumo de bebidas alcohólicas en el total nacional fue 17,8 años, con un inicio más temprano de los hombres frente a las mujeres, 16,8 años y 18,7 años respectivamente. Se observa que 25,9% de los hombres iniciaron su consumo de alcohol en el último año, frente al 19,0% de las mujeres. Por rangos de edad, se encuentra que



los rangos de 12 a 17 y 18 a 24 años representan más del 50% de los nuevos consumidores en los últimos 12 meses (año). (pp 12-13)

En síntesis, se deduce que, el consumo de sustancias psicoactivas representa una problemática de gran preocupación no sólo en Colombia sino a nivel mundial, debido a que cada vez son más las personas que consumen y su distribución crece cada día al igual que la publicidad que tienen las bebidas alcohólicas en todo los medios, tiendas y supermercados; así mismo las consecuencias que ocasiona en las personas, como enfermedades y daños en la salud, crisis en las relaciones familiares, en las actividades diarias como el trabajo o el estudio, problemas económicos o legales, debido a la pérdida de la conciencia pueden hacerse más graves o fuertes dependiendo del grado de consumo.

Aunque es necesario resaltar que esta problemática no distingue nivel socioeconómico, edad o nivel de escolaridad, preocupa el hecho de que el consumo de alcohol en edades tempranas va en aumento pese a la prohibición de la venta de estas sustancias a menores de edad, incluidas el alcohol.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se hace novedoso conocer las percepciones o pensamientos que tienen los jóvenes cristianos sobre el consumo de alcohol, desde esta investigación de tipo cualitativo a través de entrevistas y grupos focales, es así, como nace la pregunta de la investigación:



### **Pregunta de investigación**

¿Cuáles son las percepciones sobre el consumo de alcohol que tienen los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias de la ciudad de Valledupar?

### **Propósitos de la investigación**

#### **Central**

Analizar las percepciones sobre el consumo de alcohol en los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar.

#### ***Derivados***

1. Conocer las razones que conllevan al consumo de alcohol desde la percepción de los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar.
2. Indagar cuales son las percepciones frente al consumo de alcohol en los jóvenes de 18 a 25 años de edad antes de integrarse en los grupos juveniles de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar.
3. Identificar las estrategias de afrontamiento en los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar, ante el consumo de alcohol.

## **Definición de premisas**

### **Percepción**

Se entiende por percepción como el proceso fundamental de la actividad humana donde el ser humano realiza una abstracción de su mundo externo para darle un significado, en otras palabras es la extracción y selección de la información relevante para luego formar juicios, conceptos o significados de algo.

### **Alcohol**

Sustancia psicoactiva, depresora del Sistema Nervioso Central y que puede generar dependencia al que lo consume. También es la sustancia psicoactiva de mayor uso en todas las edades y en todas las zonas geográficas, con el agravante de ser una sustancia aceptada y permitida social y legalmente, por lo que su consumo se ha normalizado.

### **Religión**

Conjunto de creencias, principios y prácticas que adopta el ser humano en su vida, y que influyen en su comportamiento, pensamiento y decisiones, acompañado de una serie de mandamientos. En ella, el ser humano mantiene una relación y cree en un ser supremo llamado Dios, donde la fe hacia Él es el tema principal.



### **Estrategias de afrontamiento**

Son todos aquellos recursos y acciones que el ser humano utiliza frente a aquellas situaciones que pueden generarle algún malestar, con el fin de disminuir o eliminar su respuesta emocional y conductual.

### **Toma de decisiones**

Se le considera como el proceso de crisis que pasan los seres humanos al tomar una decisión entre distintas opciones. Para muchos no es fácil llegar a una conclusión o respuesta, ya que influyen muchos aspectos como la personalidad, la madurez, el desarrollo y la etapa de ciclo vital en el que se presente.

Tomar la decisión más favorable para el ser humano requiere de unos pasos específicos. Primero, es necesario definir el problema, segundo, identificar las posibles soluciones, tercero, es pertinente asociar las posibles consecuencias o resultados de cada solución, cuarto, es necesario decidirse por una sola alternativa, quinto, se deberá tener control sobre los resultados obtenidos y finalmente realizar una evaluación que permita analizar si fue la mejor decisión e incluso identificar el aprendizaje de esa situación (Raffino, 2020).

### **Razones de la investigación**

El consumo de alcohol constituye en la actualidad un importante fenómeno social que afecta especialmente a los jóvenes. La prevalencia del uso y abuso de esta sustancia en la etapa adolescente y adultez temprana son altas.



Teniendo en cuenta lo antes mencionado, es importante abordar este tema y sus concepciones teóricas y conceptuales que nos acercarán a la realidad y a cada una de las problemáticas que emergen del ser humano como lo es, el consumo de alcohol. Recordando también, la cultura o creencias que tenemos inmersas dentro del contexto valduparense.

Es importante analizar al individuo como un ser biopsicosocial, pues, no se puede hablar del individuo sin establecer la relación entre cada uno de sus componentes (biológico, psicológico y social) por esta razón, se pretende con la presente investigación, identificar y analizar todas aquellas percepciones y motivaciones que el individuo da al consumo de alcohol y cómo, el consumo habitual de ellas afectan el funcionamiento diario de cada una de las áreas de su vida retomando así, el deterioro permanente en su área cognitiva y funcional.

Un área que requiere mayor profundización es el papel que la religión juega como institución social en el consumo de alcohol entre los adolescentes. “Las iglesias pueden tener influencia social en los comportamientos de los adolescentes, ya que, se piensa que facilitan la transmisión de normas morales, la supervisión de conductas, el aprendizaje de habilidades y la integración social”. (Smith, 2003a; Bartkowski y Xu, 2007. citado por Vargas y Martínez, 2015, p. 2)

Sin embargo, no está claro si esta asociación se sostiene entre los adolescentes, pues existe una tolerancia social al abuso del alcohol, especialmente hacia los varones, con profundas raíces culturales,



combinada con intensas campañas publicitarias para las bebidas alcohólicas y un muy fácil acceso al alcohol para los menores de edad. (Medina y Mora, 2007, citado por Vargas y Martínez, 2015, p. 2)

Al analizar el significado que el joven da a esa experiencia y la realidad personal en la que viven, podemos obtener un conocimiento más específico y planear esquemas de apoyo psicológico para ellos, razón por la que hace que sea una investigación novedosa, ya que no se encuentran estudios realizados sobre este tema, específicamente en Valledupar e interesante resaltando la población estudiada.

### **Delimitación**

La presente investigación se llevó a cabo con un grupo de jóvenes de las iglesias cristianas Valle de Bendición y La Catedral del Reino ubicadas en la ciudad de Valledupar.

La población objeto de estudio corresponde a jóvenes de 18 a 29 años de edad pertenecientes al grupo de jóvenes de las iglesias.

### **Momento III.**

#### **Diseño metodológico**

#### **Enfoque metodológico**

El propósito de esta investigación es analizar las percepciones sobre el consumo de alcohol en los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar tomando desde el punto de partida la investigación o enfoque cualitativo; respaldada por la definición de los autores Blasco y Pérez (2007) quienes afirman que la investigación cualitativa “estudia la realidad en su contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (p. 17).

En ese mismo orden, Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que:

El enfoque cualitativo permite la recolección de datos descriptivos, como la opinión personal de cada participante y la percepción de lo observable al momento de realizar las actividades, además el enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. (p. 11)

Como afirman los autores, tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos en relación a un tema) (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 8).

### **Tradición de la investigación cualitativa**

El diseño que se utilizó para esta investigación fue la fenomenología. En este diseño según Hernández et al. (2014): “el propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p. 493).

De acuerdo con Creswell y Poth (2013), el diseño fenomenológico se fundamenta en las siguientes premisas:

- Se pretende describir y entender los fenómenos desde el punto de vista de cada participante y desde la perspectiva construida colectivamente.
- Se basa en el análisis de discursos y temas, así como en la búsqueda de sus posibles significados.
- El investigador contextualiza las experiencias en términos de su temporalidad (momento en que sucedieron), espacio (lugar en el cual ocurrieron), corporalidad (las personas que las vivieron) y el contexto relacional.

### **Muestreo, unidad de estudio e informantes claves.**

Para Hernández, et al., (2014):

la muestra en el proceso cualitativo es el grupo de personas, eventos, comunidades, etc., sobre el cual se recolectan los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo de la población que se estudia, es decir, el tamaño de muestra no es importante desde una

perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados. (p. 12)

En esta investigación se perfila un número de 16 informantes claves pertenecientes a dos iglesias de Valledupar los cuales están caracterizados de la siguiente manera:

*Tabla 1 Caracterización de la muestra.*

<b>Participante</b>	<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>
<b>Iglesia 1</b>		
A	18	F
B	23	F
C	20	F
D	25	F
E	25	F
F	24	M
G	22	F
H	24	F
I	20	F
<b>Iglesia 2</b>		
J	18	M
K	25	F
L	22	F

---

M	18	M
N	18	M
O	25	M
P	25	F

---

Fuente. *Elaboración propia.*

Cabe mencionar que luego de haberse socializado la intención y objetivo principal del proyecto, cada joven fue libre de decidir y aceptar su participación en el mismo. “A esta clase de muestra también se le puede llamar autoseleccionada, ya que las personas se proponen como participantes en el estudio o responden a una invitación” (Battaglia, 2008b citado por Hernández et al., 2014, p. 387).

### **Instrumento de recolección de información**

Para llevar a cabo este estudio se utilizarán dos técnicas, la entrevista semiestructurada aplicada a la iglesia 1 y los grupos de enfoque trabajado con la iglesia 2, en ambos se usaron las mismas preguntas (*ver anexo 1*). Según Hernández et al., (2014) “las entrevistas semi estructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (p. 403). Para esto se utilizaran preguntas abiertas y de expresión de sentimientos, en donde el entrevistado tiene la libertad de expresarse, todo esto con el fin de obtener respuestas en su lenguaje y desde su perspectiva.

Como técnica de apoyo, se utilizará también los grupos de enfoque, mientras que en la entrevista se busca explorar detalladamente las narrativas individuales, en esta técnica el foco de atención son las narrativas colectivas. Algunos autores los consideran como:

Una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas bajo la conducción de un especialista; más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es analizar lo que expresan y construyen entre ellos a través de la interacción. (Hernández et al., 2014, p. 409).

### **Definición conceptual de las categorías y subcategorías apriorísticas**

*Tabla 2 Categorías y subcategorías apriorísticas.*

<b><i>Propósito central</i></b>	<b><i>Derivados</i></b>	<b><i>Categorías</i></b>	<b><i>Subcategorías</i></b>
<b>Analizar las percepciones sobre el consumo de alcohol en los jóvenes de 18 a 29 años de dos iglesias cristianas de la</b>	Conocer las razones que conllevan al consumo de alcohol para los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar	Razones del consumo de alcohol	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ocio</li> <li>● Presión de grupo</li> <li>● Curiosidad</li> </ul>



### ciudad de Valledupar

Indagar cuales son las percepciones frente al consumo de alcohol en los jóvenes de 18 a 25 años de edad antes de integrarse en los grupos juveniles de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar.

Percepciones sobre el consumo de alcohol

- Normal
- Bueno
- Habitual
- Malo

Identificar las estrategias de afrontamiento en los jóvenes de 18 a 25 años de edad de dos iglesias cristianas de la ciudad de Valledupar, ante el consumo de alcohol

Estrategias de afrontamiento

- Apoyo familiar y social
- Asesoría profesional
- Consecuencias
- Proyecto de vida
- Dominio propio
- Relación con Dios

---

Fuente. *Elaboración propia.*

### Razones del consumo de alcohol

Son todas aquellas causas o motivos por las que el ser humano inicia o mantiene la experiencia de consumir alcohol. Dentro de los cuales se destacan las siguientes subcategorías: por **ocio**, entendido como el tiempo libre que tiene una persona, en el cual realiza determinada(s) actividad(es) con el fin de pasar el tiempo y divertirse.



También está asociado a **La presión de grupo**, se refiere a la fuerza negativa que ejerce un determinado grupo hacia una persona para que adopte ciertas conductas y así lograr la aceptación en el grupo; y **la curiosidad**, es el deseo que tiene una persona de conocer, averiguar, sentir o experimentar algo que no conoce.

### **Percepciones sobre el consumo de alcohol**

Es la valoración o impresión que se le da a la experiencia de consumir alcohol, la cual es formada a través de los sentidos. Dentro de estas impresiones el consumo puede ser visto, como algo: **normal**, entendida como aquella actividad que se realiza de forma natural y que es común; **bueno**, actividad que está bien y no genera malestar; **habitual**, actividad que se realiza cotidianamente y ocurre con frecuencia; **malo**, el consumo es visto como una actividad perjudicial para la salud.

### **Recursos y estrategias de afrontamiento**

Según Llorens, Perelló, y Palmer, (2014) las estrategias de afrontamiento son los recursos y esfuerzos cognitivos, comportamentales, personales y sociales que utiliza un individuo para hacer frente a una situación de estrés, con el fin de reducir o eliminar la respuesta emocional y conductual (p. 2).

Dentro de las subcategorías encontramos las siguientes, definidas por estos mismos autores: **apoyo familiar y social**, esta estrategia se refiere al apoyo proporcionado por el grupo de amigos, familiares u otros, centrado en la



disposición del afecto y recibir apoyo emocional; el **apoyo profesional**, es el empleo de recursos profesionales para tener mayor información sobre el problema y sobre las alternativas para enfrentarlo.

**Las consecuencias**, hace referencia a los hechos negativos resultantes de una acción, comportamiento o decisión y que afecta a diferentes áreas, para lo cual se hace necesario también tener un **proyecto de vida**, el cual es un plan trazado por una persona, en donde se establece metas y prioridades, para ser llevadas a cabo, las cuales direccionan como quiere vivir e implica seguir pasos para alcanzarlas.

El **dominio propio**, es la capacidad que tiene una persona para controlar sus acciones, emociones, pensamientos, sentimientos y actitudes, con el fin de elegir lo que quiere hacer o no.

### **Proceso de análisis de la información**

Se inicia de lo general a lo particular de la información, para ello se realiza una transcripción literal de las grabaciones de cada entrevista y de las narrativas de los grupos de enfoque y una lectura repetida de las mismas para tomar del texto todo elemento, frases o párrafos que tuvieran estrecha relación, y así generar las unidades de significados.

Luego se hace una categorización de la información, para ello se toma como base las categorías a priori de la investigación. Una vez establecidas las categorías y subcategorías se realiza una codificación de los datos, incluyendo en



ellas palabras textuales del testimonio de las entrevistas, es decir se realizan las descripciones del fenómeno. Así mismo se describen aquellas experiencias o significados compartidos, las cuales se categorizan y codifican la información de los grupos de enfoque.

Para todo el procedimiento anterior, se utilizó como herramienta el programa ATLAS.ti 8, el cual ayudó a organizar e interpretar la información, arrojando un mapa de los datos obtenidos, distribuido de la siguiente manera: razones del consumo de alcohol (*ver anexo 3*), percepción del consumo antes de ser parte del grupo juvenil de la iglesia (*ver anexo 4*) y estrategias de afrontamiento ante el consumo de bebidas alcohólicas (*ver anexo 5*).

Una vez obtenido el análisis, es necesario su verificación, es decir, confirmar que los resultados correspondan a los significados e interpretaciones que los/as participantes asignaron a la realidad. Para ello, las investigadoras se reúnen con cada uno de los participantes para la revisión de la información ya redactada, con el fin de lograr una retroalimentación del trabajo realizado.

### **Consideraciones éticas y consentimiento informado**

Esta investigación y los procedimientos llevados a cabo están regidos por la ley 1090 del 2006 la cual reglamenta el ejercicio de la profesión de psicología.

De conformidad con dicha ley y teniendo en cuenta que los participantes de esta investigación fueron jóvenes se toma en cuenta el principio universal que dicta los lineamientos para las investigaciones que se lleven a cabo con



participantes humanos, donde el objetivo principal es el bienestar de ellos y el respeto por su dignidad humana.

En esta investigación de acuerdo a la ley mencionada anteriormente los datos recolectados son usados sólo para este proceso investigativo y son de carácter confidencial, no se harán diagnósticos ni evaluaciones a los participantes, que para efectos de esta investigación accedieron de forma voluntaria con la autonomía de seguir o retirarse libremente del proceso sin ningún perjuicio para ellos.

Siguiendo con la normatividad vigente y reguladora como lo es Código Deontológico (dictado en la Ley 1090 de 2006), citamos una serie de artículos pertinentes que respaldan la investigación y aportan responsabilidad profesional frente al ejercicio investigativo:

El artículo 12º del presente Código manifiesta que “especialmente en sus informes escritos, el/la Psicólogo/a será sumamente cauto, prudente y crítico, frente a nociones que fácilmente degeneran en etiquetas devaluadoras y discriminatorias, del género de normal/anormal, adaptado/inadaptado, o inteligente/deficiente”.

Así mismo, el artículo 37º, resalta que, “la investigación psicológica, ya experimental, ya observacional en situaciones naturales, se hará siempre con respeto a la dignidad de las personas, a sus creencias, su intimidad, su pudor, con especial delicadeza en áreas, como el comportamiento sexual, que la mayoría de



los individuos reserva para su privacidad, y también en situaciones -de ancianos, accidentados, enfermos, presos, etc.- que, además de cierta impotencia social entrañan un serio drama humano que es preciso respetar tanto como investigar”

Por tal razón, se implementará el consentimiento informado, (*ver anexo 2*) como documento que garantice lo antes mencionado.

## Momento IV.

### Presentación de resultados.

#### Proceso de Triangulación Hermenéutica.

##### Razones del consumo de alcohol

De acuerdo a lo manifestado por los participantes, su percepción del por qué los jóvenes consumen bebidas alcohólicas sobresalieron cuatro subcategorías relacionadas con “imitación”, la cultura, la curiosidad y con “el hecho de ser parte de un grupo social”, siendo esta última la mayor razón expresada por ellos, en palabras de una joven *“creo que principalmente la razón por la que los jóvenes consumen alcohol es porque quieren pertenecer a un grupo, “ay tú eres boba, cómo no vas a tomar si todos estamos tomando”.*

El aspecto cultural también es protagonista en esta categoría donde los jóvenes manifiestan que *“en Valledupar no salen o no ven otra cosa diferente que reunirse a tomar, es como un hábito”, y “es como una cuestión social donde en las reuniones, más que todo por cultura, en Valledupar las personas se reúnen a tomar entonces las personas al ver que los demás lo hacen pues toman”* en lo que una joven dice *“y no hay muchos planes o cosas que hacer que ellos vean así viables para no tener que tomar y yo creo que ahora todos los jóvenes prácticamente los fines de semana es “oye vamos a tomar” o “vamos allí un momentico, no nos vamos a emborrachar” “y cuando ya ven 1:00 de la mañana ya*



*ebrios todos y no era lo que querían, entonces es así, cuando ya empiezas ya no puedes parar”.*

También lo asocian con la moda, con imitar o hacer todo lo que están haciendo los demás, en palabras de un joven: *“es una tendencia y lo siguen por moda creería yo ya que ellos creen que ahí estará su felicidad y disfrute de juventud”* lo cual se relaciona con el tema de buscar aceptación dentro de un grupo, y como por redes sociales observan que esa es la moda del grupo, entonces consumen bebidas alcohólicas: *“como una manera de llamar la atención, en medio de una juventud que vive pensando en redes sociales los jóvenes utilizan el alcohol para ganar aceptación, me gusta o likes”*

Por último y no menos importante, según los jóvenes, el consumo también se da por curiosidad. A lo cual una joven comentó que de hecho cuando probó el alcohol, lo hizo por esto: *“cuando tome solo lo hice por curiosidad sabiendo los efectos que estas bebidas traían”.*

En cuanto a la definición de la frase “estar expuestos a una oportunidad de consumir alcohol” todos lo relacionaron con el hecho de estar en lugares o con personas donde están consumiendo bebidas alcohólicas, y si hay un gusto por estas, se va a dar el consumo, en palabras de un joven: *“tiene que ver con estar en lugares donde hay alcohol, pues, si uno no consume alcohol y está ahí, pues uno toma y ya, pero si soy débil con el trago y veo que traen pues voy a tomar”* a lo que otro joven agrega también: *“eso significa que se puede ver alcohol en*



*cualquier lado o en la tv y si a la persona le gusta tomar, pues obviamente va a estar tentado a consumir”.*

También manifiestan que todas las personas se encuentran expuestas a consumir alcohol porque es una bebida muy comercializada y con gran publicidad, *“Uno de los mercados que más se mueven en el mundo es el de ese tipo de bebidas, así que en todos los medios publicitarios y sitios de ventas como almacenes y supermercados abunda la propaganda y las invitaciones a que tú también puedas consumirlas”*

### **Percepción del consumo del alcohol antes de ser parte de un grupo juvenil.**

En esta categoría el foco de análisis fue conocer la opinión que tenían los jóvenes sobre el consumo de alcohol antes de ser parte de un grupo juvenil en la iglesia cristiana y si habían consumido alguna vez.

En cuanto a esto concordaron en tres aspectos, unos pensaban o lo veían como algo normal para divertirse: *“me parecía normal, que simplemente se daba la ocasión y las personas compartían y me parecía algo muy normal, pues uno siempre tiende a salir y ver normal en una tienda, en una esquina personas tomando, entonces no tenía ningún problema con ese tipo de situaciones”.*

Gran parte de los participantes manifiestan que no veían el consumo de alcohol como algo malo, en la medida en que no llegue a los extremos, es decir,



embriagarse: *“No pues nada malo hasta su punto, o sea consumirlo, pero siempre he pensado que todo en exceso es malo, o sea, consúmelo hasta un punto, consúmelo pues si unos traguitos pero ya extremadamente no”* y que esos extremos traen problemas: *“Lo veía y veo como algo que en exceso provoca muchas repercusiones”*.

Así mismo están los que si veían el alcohol como algo malo que es perjudicial: *“Siempre he pensado que es algo que trae mucha destrucción, a nivel personal y familiar.”* a lo que otro participante agrega: *“o sea, tome pero hasta un punto que vea que ya pueda, pero llegar a un nivel que despierta al día siguiente y no sepa cómo llega, ahí si veo el alcohol antes y ahora como algo malo”*.

En cuanto si ellos habían consumido alcohol alguna vez, toda la gran mayoría manifestó que sí, pero sin llegar a embriagarse: *“tomar así de emborracharme no, solo como dije dos o 3”*. A lo que un solo participante comentó que si hubo una vez que tomo en exceso: *“solamente una vez en mi vida me emborrache y fue la última, tuve una muy mala experiencia, fue hace como 5 años, gracias a eso no tomo más de dos cervezas y nada con el paso del tiempo el sabor no me gusta”* a lo que agrega también: *“ahora puedo decir que si quiero tomar como una o dos cervezas lo hago y no aceptó una bebida alcohólica porque los demás digan y no tengo tampoco la necesidad de tomar”*.

## **Estrategias de afrontamiento ante el consumo de bebidas alcohólicas.**

En esta categoría se indaga desde la percepción de los jóvenes cristianos sobre lo que debería tener en cuenta un joven antes de tomar la decisión de consumir o no bebidas alcohólicas, que harían ellos ante el ofrecimiento de una copa o una cerveza. y qué estrategias deben usar los jóvenes para evitar el consumo de bebidas alcohólicas.

Respecto en lo que deberían pensar los jóvenes antes de tomar la decisión frente al consumo de alcohol, lo primero es pensar en las consecuencias y efectos del consumo del alcohol *“el joven considero que debe pensar en las consecuencias que tiene el alcohol, en que en un grado de alcoholismo alto se pueden cometer muchas cosas, se puede conocer él en etapas que ni siquiera conocía, de agresión, no sé, de lujuria, de violencia, quién sabe qué otras cosas, pueda pasar, entonces que el joven esté consciente de porqué lo hace..”* ligado a esto algunos jóvenes resaltan la importancia del autoconocimiento *“si yo soy pesada, de que nadie me tolera, de que me soyo, ey, piénsalo donde vas a estar, porque hay gente que comienza a pelear, arma su show, o si eres de las que te quedas dormida relajadas, pero si, piensa antes de cómo eres tú o como es tu actitud con el alcohol, creo yo”*.

Algo que resalta es lo manifestado por una joven, quien afirma que *“las que deben pensar con cabeza fría son las mujeres”*, a lo que ella dice: *” Bueno yo*



*pienso que una persona, en especial si es mujer, es con quien va a tomar, o quienes van a tomar, si vas a tomar con amigos y no son de tu entera confianza tenlo por seguro que apenas te descuides te van a meter una droga en el alcohol y te hacen tu daño, segundo, que sea alguien de tu familia, de confianza, que tú de pronto vayas a beber y que esa persona no te vaya a hacer daño, pienso que en eso debe pensar una joven”.*

Esto deja ver una realidad quizás desconocida sobre el tema haciendo una reflexión propia sobre las mujeres la cual, manifiesta que *“hoy en día las mujeres quieren ponerse o estar a la altura de los hombres en cuanto al consumo, es como querer mostrar que ellas son fuertes”.*

Sin embargo, una joven deja ver muy claro sus principios cristianos, y manifiesta que más que en las consecuencias debería pensar en *“¿por qué lo hace?” “¿Qué espera lograr con eso y si le va a servir de algo?”*... en caso de que tenga principios cristianos, preguntarse *“¿con eso agrado a Dios?” “¿va a ser un tropiezo para alguien más?” “¿eso es de buen testimonio?” “¿siente paz en su corazón y en su espíritu al hacerlo?”* y finaliza afirmando que *“Es muy obvio que cuando tienes claros unos principios tu madurez y pensamiento es diferente, y tus objetivos son claros”.*

Con respecto, a su actuar ante el ofrecimiento de una copa o de una cerveza, estos jóvenes manifiestan, que aceptarían una copa de vino, o una de cerveza, siempre y cuando exista la ocasión especial, no hacerlo porque sí, o



porque se pongan de acuerdo un día para tomar una copa de vino, sino, si se presenta la oportunidad, por ejemplo, un brindis en un matrimonio o grado:

*“Depende, tratándose de vino, si estoy en un evento tipo matrimonios, grado, cena, etc. y se trata de un brindis la acepto... otro tipo de bebida no la tomaría”*  
*“si estamos en una boda y te ofrecen una copa para hacer un brindis personalmente yo si la tomaría, tomar más de una no lo haría”.*

Además ellos plantean que no influiría en ellos si hay presión por parte de la persona: *“Entonces cuando me ofrecen, la primera y ya, simplemente yo pongo las condiciones si quiero o no y ya”, “pero lo que no me gusta no me lo voy a tomar y ya”.*

Hablando de las estrategias que desde la percepción de los participantes ayudarán para evitar el consumo de bebidas alcohólicas, la subcategoría que sobresale es el tema de la evitación de espacios donde hay alcohol, *“Yo considero que el joven debe tratar de evitar situaciones en las que puede estar inmerso en el alcohol”, “...además, evitar los espacios en que resulta vulnerable frente al consumo de bebidas alcohólicas”* además recalcan que es algo que deben hacer los joven si son débiles con el alcohol y evitar a aquellas personas que inducen a hacerlo *“principal la estrategia que deben tener es alejarse de esas personas que constantemente están consumiendo alcohol y que no te llevan a nada bueno y que te inducen al consumo de alcohol”*



Otra subcategoría está relacionada con que los jóvenes deben también tener dominio propio sobre sus emociones, acciones y pensamientos: *“tener la determinación de decir no ante ofrecimientos para consumir alcohol”, “Tomar la decisión de no tomar y permanecer firme en sus convicciones”*.

Así mismo el apoyo familiar y social, fue otra de las estrategias mencionadas por lo jóvenes: *“Creo que su familia juega un papel muy importante aquí, los padres deberían pasar más tiempo con sus hijos, no dejarlos salir solos, tratar de no darles tanta libertad después de todo viven bajos su reglas”* otro joven agrega *“Obviamente la decisión de tomar o no la toman los jóvenes, pero pienso también que los padres tienen vital importancia en esa decisión que él tome, porque si los padres educan bien a sus hijos, hay un trato amoroso, siempre han estado pendiente de sus hijos, comparten tiempo con ellos, salen, viajan, eso podría ayudar o podría mostrarle al joven que se puede estar bien sin tomar, y si crecen en ese contexto pues tomarían una buena decisión, a lo que un joven agrega “buscar ayuda de personas maduras y de buen ejemplo ante situaciones en las que se vean seducidos a consumir alcohol”*

Una joven manifiesta que el joven debe centrarse en su propósito de vida y sus hobbies, *“Yo pienso que una de las estrategias que pueden utilizar los jóvenes para no beber es primero, enfocarse en cuál es su propósito en esta vida, segundo, ir en busca de eso, y pues centrarse en hobbies y cosas que le gusten,*



*por ejemplo, hay algunos que les gusta, correr trotar, nadar, ver series, escuchar música e incluso, leer un libro”.*

## **Momento V.**

### **Interpretación de la información.**

#### **Reflexiones finales**

Se dice que las corrientes religiosas pueden modificar de una u otra manera las percepciones, conductas y respuestas. Donde el ser humano generalmente adopta cambios que le permiten guiar su vida; estos cambios pueden ser físicos, psicológicos y/o sociales.

La mayoría de los estudios han observado que la personalidad puede contribuir a que un individuo se encuentre cómodo participando de actividades espirituales o religiosas, a la vez que ciertos contextos religiosos pueden incidir en el desarrollo de la personalidad a lo largo de la socialización (Koenig, King, & Carson, 2012; McCullough & Worthington, 1999, Citado en Simkin 2016, p. 11).

Teniendo esto claro es pertinente retomar el concepto de percepción establecido por Oviedo (2004), recordando que “la percepción es como una tendencia al orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información; y en segundo lugar, garantiza que la información retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías, conceptos, etc.)” (p. 89).



Por lo anterior gracias al análisis de la información obtenida, es preciso entonces mencionar que existen cuatro (4) factores importantes en el consumo de bebidas alcohólicas, los cuales son: quién está ofreciendo la bebida, en qué escenario o evento está la persona (matrimonio, discoteca, asado, parque, etc.), con quiénes se está en ese momento y que tipo de bebida es. Relacionándolo con la teoría de Hawkins y Weis, estos pueden ser considerados factores protectores personales, es decir pueden ayudar a reducir o eliminar la probabilidad del consumo de bebidas alcohólicas en los jóvenes (Hawkins, 1985, citado por Ahumada, Gámez y Valdez, 2017, p. 15).

Clayton (1992) citado por Ahumada, Gámez y Valdez (2017) afirma que “existen unos factores que pueden ser de riesgo para que aparezca o se mantenga el consumo de las bebidas alcohólicas, producto de la investigación se encontró que uno de estos factores con un gran impacto, es la cultura” (pp 14-15).

La cultura influye de manera significativa al momento de consumir alcohol. En nuestras sociedades la cultura actúa como reguladora y administradora de conductas, la cual, se relaciona con una serie de reglas de convivencia y de solución de conflictos que, consciente o inconscientemente, el ser social ha aceptado y practicado durante toda su existencia (McCracken, 1986, citado por Páramo, 2017).

Sin duda alguna la cultura de Valledupar representa un gran foco de atención, ya que en ella el consumo de alcohol está inmerso como una actividad



normal de esparcimiento, pero para los jóvenes de esta investigación la cultura no influye en su comportamiento, ya que la personalidad que ellos han desarrollado al ser parte de la religión les ha permitido transformar su manera de pensar, siendo más conscientes de esta problemática no solo por las consecuencias físicas que esto pueda generar, sino algo que ellos consideran es más importante, en palabras textuales “si a Dios le agrada” (Participante K). Y este hecho de no dejarse llevar por la cultura hace parte de las creencias de la afiliación religiosa de estos jóvenes, la cual se puede evidenciar en el libro sagrado para ellos, que es la biblia:

No imiten las conductas ni las costumbres de este mundo, más bien dejen que Dios los transforme en personas nuevas al cambiarles la manera de pensar. Entonces aprenderán a conocer la voluntad de Dios para ustedes, la cual es buena, agradable y perfecta (Nueva traducción viviente, 2010, Romanos 12:2).

Es clara también la opinión subjetiva de los jóvenes cristianos ante el consumo teniendo en cuenta que “no todos los jóvenes encuestados según su relato han consumido alcohol en exceso a lo largo de su vida”, es decir, la percepción no se relaciona con la experiencia personal o individual. Sino más bien, han sido juicios que han construido a través de los sentidos gracias a la información que se presenta en el mundo interno y externo para darle un significado a dicho fenómeno.

En relación a lo anterior, algunos participantes antes de ser parte del grupo juvenil en la iglesia percibían el consumo de alcohol como una actividad normal, en la que las personas compartían y se divertían, hablando de un consumo que no era en exceso; ya cuando el consumo es en exceso, la percepción cambia, esto se explica mejor se explica mejor con algunas condiciones: *“en la medida que no haya exceso, que exista una ocasión, que no sea algo planeado, que no sea la única actividad que se haga siempre en el grupo”*. Ser parte de la iglesia y pertenecer a los grupos juveniles ha influido en gran manera al ser más responsables frente al tema, y les ha permitido disfrutar de las cosas sin exceso, ya que el estado de embriaguez en el sistema de creencias religiosas tiene consecuencias:

¿No se dan cuenta de que los que hacen lo malo no heredarán el reino de Dios? No se engañen a sí mismos. Los que se entregan al pecado sexual o rinden culto a ídolos o cometen adulterio o son prostitutas o practican la homosexualidad o son ladrones o avaros o borrachos o insultan o estafan a la gente: ninguno de esos heredará el reino de Dios (Nueva traducción viviente, 2010, 1 corintios 6:9-10)

Otro aspecto relevante es lo mencionado por Rodríguez (2020), “para los jóvenes en este ciclo vital que se encuentran, es muy importante formar o ser parte de un grupo social o juvenil con el que se identifiquen, y del cual toman o adoptan actitudes y comportamientos”. Con base a esto es pertinente resaltar la



importancia y la influencia del grupo juvenil al que el joven se integra, ya que muchas veces y según lo analizado a través de las entrevistas de los participantes de esta investigación, una de las causas principales del consumo de bebidas alcohólicas es la presión de grupo o buscar aceptación de este.

Se pudo analizar que el tipo de relaciones interpersonales que los participantes han hecho en la iglesia o al ser parte de la iglesia, son relaciones que respetan su forma de actuar y pensar, puesto que ante el ofrecimiento de una bebida alcohólica sea que la aceptaran o no “la persona que se la brindaba respetaba la decisión que tomara”, lo cual habla de la importancia de los grupos juveniles a los que se integra el joven, ya que más allá de compartir gustos, actividades, deportes, religión, entre otros, es importante el respeto de las actitudes o decisiones que cada quien tome, sin que exista una presión sobre este.

Por consiguiente para los participantes más que buscar la aprobación de un grupo, buscan la aprobación de ese “Ser Superior”, al cual buscan agradar con lo que hacen, hecho que deja verse también en el sistema de creencias:

Entonces la forma en que vivan siempre honrará y agradará al Señor, y sus vidas producirán toda clase de buenos frutos. Mientras tanto, irán creciendo a medida que aprendan a conocer a Dios más y más (Nueva traducción viviente, 2010, Colosenses 1:10)

En este orden de ideas es apremiante resaltar las estrategias de afrontamiento derivadas de esta investigación. Una de las que le permiten al joven tomar una buena decisión ante el consumo son el dominio propio, recordando este concepto como la capacidad de controlarnos a nosotros mismos, nuestras emociones, pensamientos y sentimientos y que estos no nos controlen a nosotros mismos; también, la evitación de aquellos espacios de consumo, la importancia de escoger buenas amistades, aquellas que motiven al joven a crecer como persona y que su influencia sea positiva en el mismo. Por otra parte, crear pasatiempos tales como, hacer deportes, salir con los amigos a comer o compartir tiempo de calidad, escuchar música o leer algún libro.

Dentro de las subcategorías que emergieron dentro de la investigación encontramos:

*Tabla 3 Listado de códigos ATLAS. ti.*

<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>Subcategorías a priori</i></b>	<b><i>Subcategorías emergente</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Razones del consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ocio</li> <li>● Curiosidad</li> <li>● Presión de grupo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sensación de placer</li> <li>● Influencia de padres</li> <li>● Vacíos emocionales</li> <li>● Fácil acceso al alcohol</li> <li>● Cultura</li> <li>● Imitación</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Percepción del consumo antes de ser partes de la iglesia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bueno</li> <li>● Normal</li> <li>● Malo</li> <li>● Habitual</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estrategias de afrontamiento ante el consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Apoyo familiar y social</li> <li>● Asesoría profesional</li> <li>● Consecuencias</li> <li>● Proyecto de vida</li> <li>● Dominio propio</li> <li>● Relación con Dios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pasatiempos</li> <li>● Evitación de espacios de consumo</li> <li>● Evitación de personas consumidoras</li> <li>● Escoger buenas amistades</li> <li>● Imagen de la mujer</li> </ul>

Fuente. *Elaboración propia*

En el primer objetivo, se buscó conocer las razones desde la percepción de los participantes que conlleva el consumo de alcohol. Dentro de estas las que más sobresalieron en este estudio fueron: la presión de grupo, la curiosidad, el fácil acceso de las bebidas, por la cultura y por “moda” que está relacionado con la imitación de conductas. La subcategoría a priori de “ocio” no se manifestó en las respuestas.

En el segundo objetivo no se presentaron subcategorías nuevas; las percepciones de los jóvenes cristianos sobre el alcohol antes de ser parte del grupo juvenil se manifestaron en tres de las planteadas en la investigación: bueno, normal, y malo, mientras que la subcategoría de “Habitual” no estuvo presente en las respuestas.



En el tercer y último objetivo se buscó identificar las estrategias de afrontamiento que podrían usar los jóvenes ante el consumo de bebidas alcohólicas se evidenció un amplio abanico de subcategorías, dentro de ellas encontramos: los pasatiempos, evitar espacios de consumo, así mismo, evitar personas consumidoras, escoger buenas amistades y pensar en la imagen de la mujer. Las categorías a priori, se manifestaron en las respuestas de los participantes.

Un hecho que llama la atención es que algunas de esas categorías emergentes están inmersas en el sistema de creencias de la afiliación religiosa de los participantes. Una de ella tiene que ver con las razones del consumo, el hecho que este se dé por llenar vacíos emocionales producto de carencias en la vida del joven, a lo que la biblia dice:

¿Quién tiene angustia? ¿Quién siente tristeza? ¿Quién es el que siempre pelea? ¿Quién está siempre quejándose? ¿Quién tiene moretones sin motivo? ¿Quién tiene los ojos rojos? Es el que pasa muchas horas en las tabernas, probando nuevos tragos (Nueva traducción viviente, 2010, Proverbios 23: 29:30).

Si se tiene una debilidad con las bebidas alcohólicas, la estrategia de evitar tanto a las personas como aquellos lugares que inciten a consumir alcohol, también está inmersa en las creencias:



No te acerques a los necios, porque no encontrarás conocimiento en sus labios. Los prudentes saben a dónde van; en cambio, los necios se engañan a sí mismos. Los necios se burlan de la culpa, pero los justos la reconocen y buscan la reconciliación (Nueva traducción viviente, 2010, Proverbios 14:7-9).

No hagas lo que hacen los perversos ni sigas el camino de los malos. ¡Ni se te ocurra! No tomes ese camino. Aléjate de él y sigue avanzando. Pues las personas malvadas no pueden dormir sin hacer la mala acción del día. No pueden descansar sin antes hacer tropezar a alguien. ¡Se alimentan de la perversidad y beben el vino de la violencia! (Nueva traducción viviente, 2010, Proverbios 4:14-17)

Para finalizar, es notorio que, a pesar de que los jóvenes se encuentran o hacen parte de un grupo cristiano cada uno tiene un pensamiento diferente, unos más flexibles, otros arraigados a su religión, además el hecho de ser parte de una iglesia o de un grupo juvenil no los exhibe de estar expuestos a lugares, eventos o situaciones donde puede darse la oportunidad de consumir, pero, según el análisis de la información brindada por los participantes de esta investigación, estos principios cristianos son de mucha ayuda para ellos en estas situaciones, además esto ligado a reconocer o saber que es una actividad que puede traer muchas consecuencias, lo cual les da también el poder o el dominio propio sobre sus acciones, pensamientos y acciones.



Esta apreciación se hace respaldada también por los resultados encontrados en un artículo publicado en el *Psychology Bulletin* de la American Psychological Association (APA, 2009), *Religion, Self-Regulation, and Self-Control: Associations, Explanations, and Implications*, donde obtuvieron evidencias en diversos campos (como las ciencias sociales, la neurociencia, la economía, la psicología y la sociología) de que las creencias religiosas y sus prácticas hacen que la gente ejerza un mayor autocontrol y regule de manera más eficiente sus actitudes y emociones, con la finalidad de conseguir objetivos para ellos valiosos. Además, los estilos de vida religiosos contribuyen al autocontrol porque proporcionan a los individuos modelos claros de comportamiento (McCullough y Willoughby, 2009).

En conclusión, según esta investigación, la religión, los principios cristianos, y la identidad que estos jóvenes han formado, de algún modo ha actuado como un factor protector frente al abuso excesivo del consumo de alcohol y que su percepción de esta sustancia no está relacionada en lo absoluto con la experiencia, sino que son juicios o conceptos que han logrado formar al estar expuestos al alcohol o con personas consumidoras. Además esta percepción cambia según la frecuencia del consumo, es decir, perciben el alcohol como algo perjudicial para la salud, el cuerpo, la mente, el espíritu, la familia o la sociedad cuando es un consumo en exceso, cuando se presenta el estado de embriaguez; por el contrario cuando el consumo se da por una ocasión especial, con una



cantidad mínima de alcohol y con personas que no son consumidoras excesivas, su percepción cambia un poco.

Las iglesias pueden tener influencia social en los comportamientos de los jóvenes, ya que facilitan la transmisión de normas morales, la supervisión de conductas, el aprendizaje de habilidades y la integración social (McCullough y Willoughby, 2009), para efectos de la población de esta investigación la afiliación religiosa si ha influido en su percepción sobre el consumo de alcohol. No obstante, a nivel nacional solo existen unos cuantos estudios donde se aborda este vínculo y quedan vacíos por explorar, por ende estos hallazgos no son generalizables a los jóvenes que hagan parte de una religión.



### **Recomendaciones.**

Las siguientes recomendaciones se brindan en el contexto de la investigación y tomando como referencia los antecedentes teóricos y conclusiones principales.

Primeramente, vemos pertinente promover la participación de los jóvenes de la ciudad en la creación de Políticas Públicas planteadas por la administración de turno, resaltando la importancia de ellas dentro de una sociedad que apunta al cambio social.

Así mismo, recomendamos a las diferentes instituciones educativas trabajar continuamente en torno al tema del consumo de bebidas alcohólicas, desde los diferentes programas de prevención que estos puedan implementar en donde se refuercen de forma intensiva los temas de identidad, relaciones interpersonales sanas, inteligencia emocional, toma de decisiones, autocontrol, a través de actividades lúdicas e interactivas entre estudiantes, padres de familia y docentes. Se hace pertinente crear espacios de sensibilización dentro de las instituciones que le permitan a los niños/as, adolescentes y jóvenes manifestar o expresar sus emociones, sentimientos, dudas o inquietudes relacionadas al consumo en general.

También, recomendamos la capacitación de docentes y padres de familia en detección temprana (intervenciones preventivas) del consumo de alcohol teniendo en cuenta que son una de las principales redes de apoyo para la



población. En este orden de ideas, se hace necesario el conocimiento de la Ruta Integral de Atención de Consumo de Sustancias Psicoactivas, dando lugar a la identificación de los casos presentados en las instituciones educativas, familia o comunidad, seguido de brindar atención integral a los jóvenes, tales como servicios de salud, intervenciones psicológicas, espacios de orientación escolar y, finalmente, garantizar seguimiento al/los casos presentados.

Por último, se recomienda a los investigadores interesados en el tema seguir estudiando el componente religioso y su influencia dentro de la sociedad y su relación con la psicología, de tal manera que pueda abarcar una población de jóvenes más grande con diferentes afiliaciones religiosas (evangélicos, testigos de jehová, pentecostales, católicos y otras afiliaciones que existan en la ciudad) con el fin de observar si existen diferencias en los juicios, abstracciones o significados atribuidos al tema de esta investigación.

Además de indagar sobre la permisibilidad de los padres frente al consumo del alcohol, también si los jóvenes asisten a las iglesias solos o en compañía de los padres en el caso de que no asistan con los padres poder indagar sobre la percepción de ellos del consumo de alcohol y observar cómo funciona la dinámica familia todo esto con el fin de ampliar los conocimientos en estos temas.

## **Anexos.**

### *Anexo 1 Preguntas de las entrevistas semiestructuradas y grupo de enfoque.*

1. ¿Por qué creen que los jóvenes consumen alcohol?
2. ¿Para ustedes qué significa la frase, “estar expuestos a una oportunidad de consumir alcohol?”
3. ¿Qué haces ante el ofrecimiento de una bebida alcohólica?
4. ¿Cuál era la percepción de ustedes del consumo de alcohol antes de entrar a la iglesia?
5. ¿En qué debería pensar un joven antes de tomar la decisión de beber o no beber?
6. Si esta noche llegan a sus casas tomados (a), ¿cuál creen ustedes que sería la reacción de los que viven con ustedes?
7. ¿Qué estrategias deben utilizar los jóvenes para evitar el consumo de alcohol?



*Anexo 2 Consentimiento informado*

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA

Yo \_\_\_\_\_ con cédula de ciudadanía No \_\_\_\_\_ certifico que he sido informado(a) con la claridad y veracidad debida respecto al ejercicio académico que las estudiantes ANDREA CAROLINA BRITO ARIZA Y TATIANA MARGARITA BARRIOS me han invitado a participar en su investigación con fines académicos titulada **PERCEPCIONES SOBRE EL CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS JÓVENES DE 18 A 29 AÑOS DE EDAD DE DOS IGLESIAS CRISTIANAS DE LA CIUDAD DE VALLEDUPAR**, donde actuó conscientemente, libre y espontáneamente como colaborador.

Soy conocedor de la autonomía suficiente que poseo para retirarme u oponerse a la participación en este ejercicio académico cuando lo crea necesario y sin sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

He sido informado de que este ejercicio académico posee fines netamente investigativos y que no se trata de una intervención con fines de tratamiento/asesoría psicológico/a y además, este no será utilizado para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

A los \_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_ hacemos constar que el presente documento ha sido leído y entendido por nosotros en su integridad de manera libre y espontánea.

\_\_\_\_\_

Firma del participante

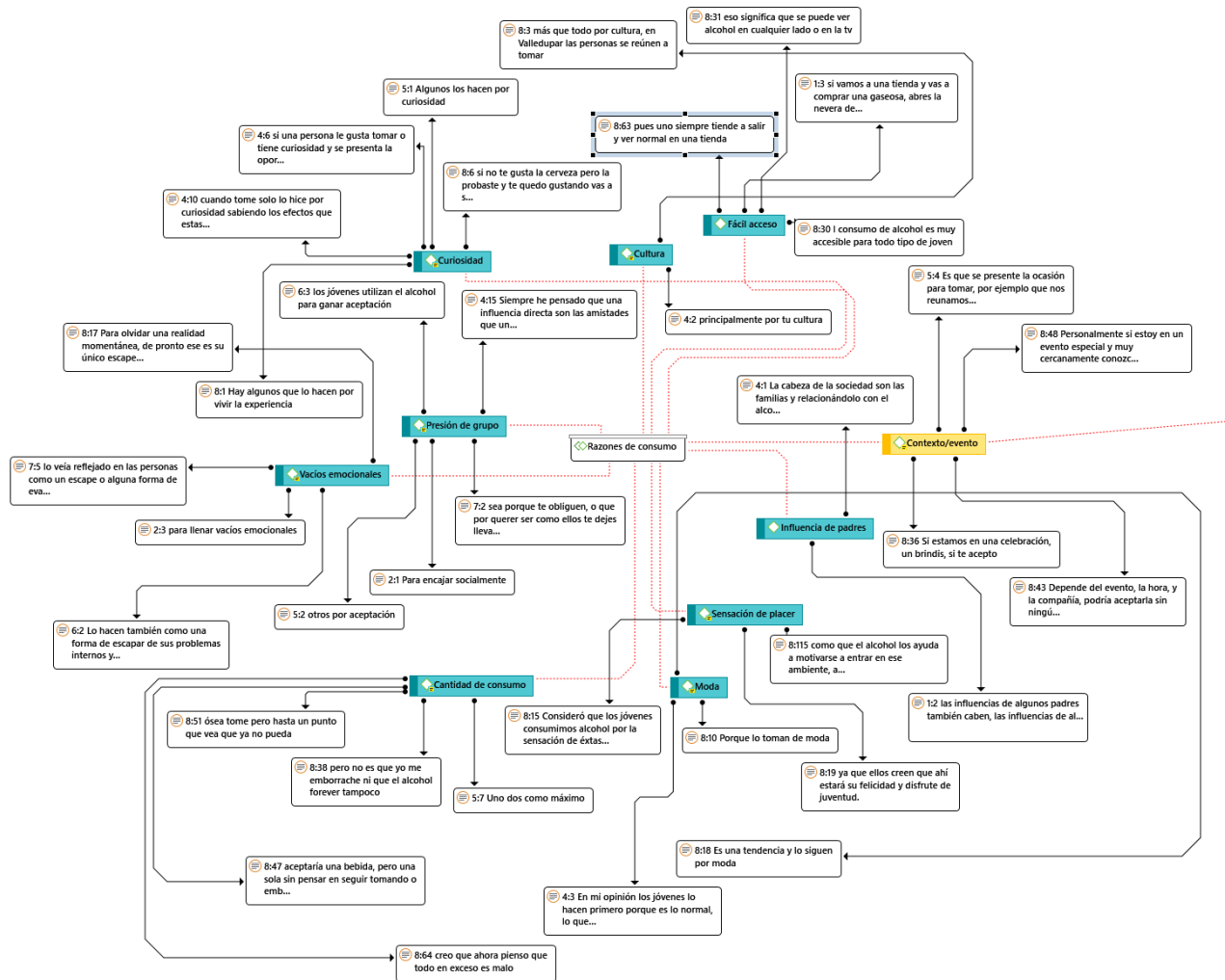
\_\_\_\_\_

Firma del estudiante de psicología

\_\_\_\_\_

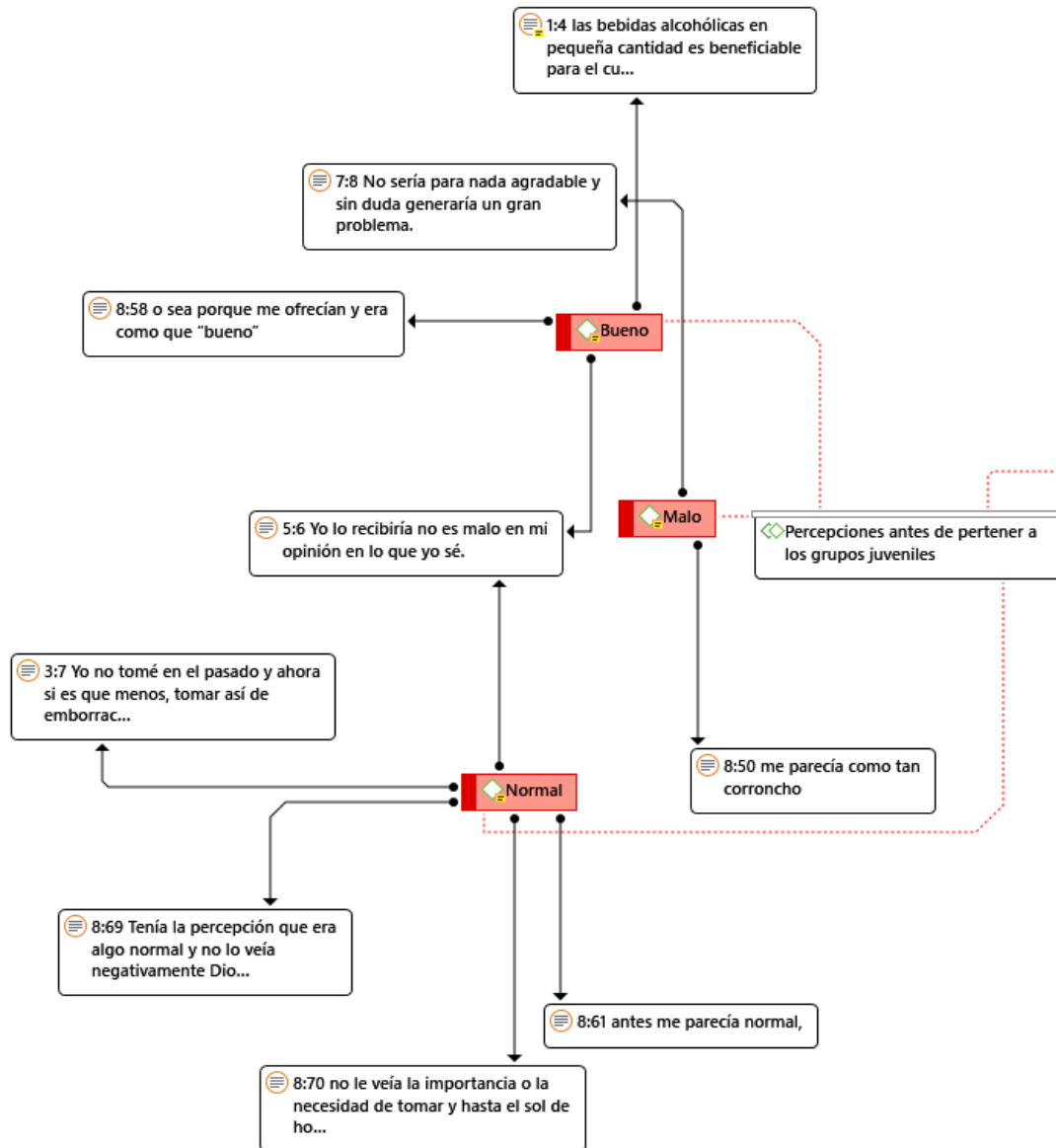
Firma del estudiante de psicología

### Anexo 3 Razones del consumo de alcohol



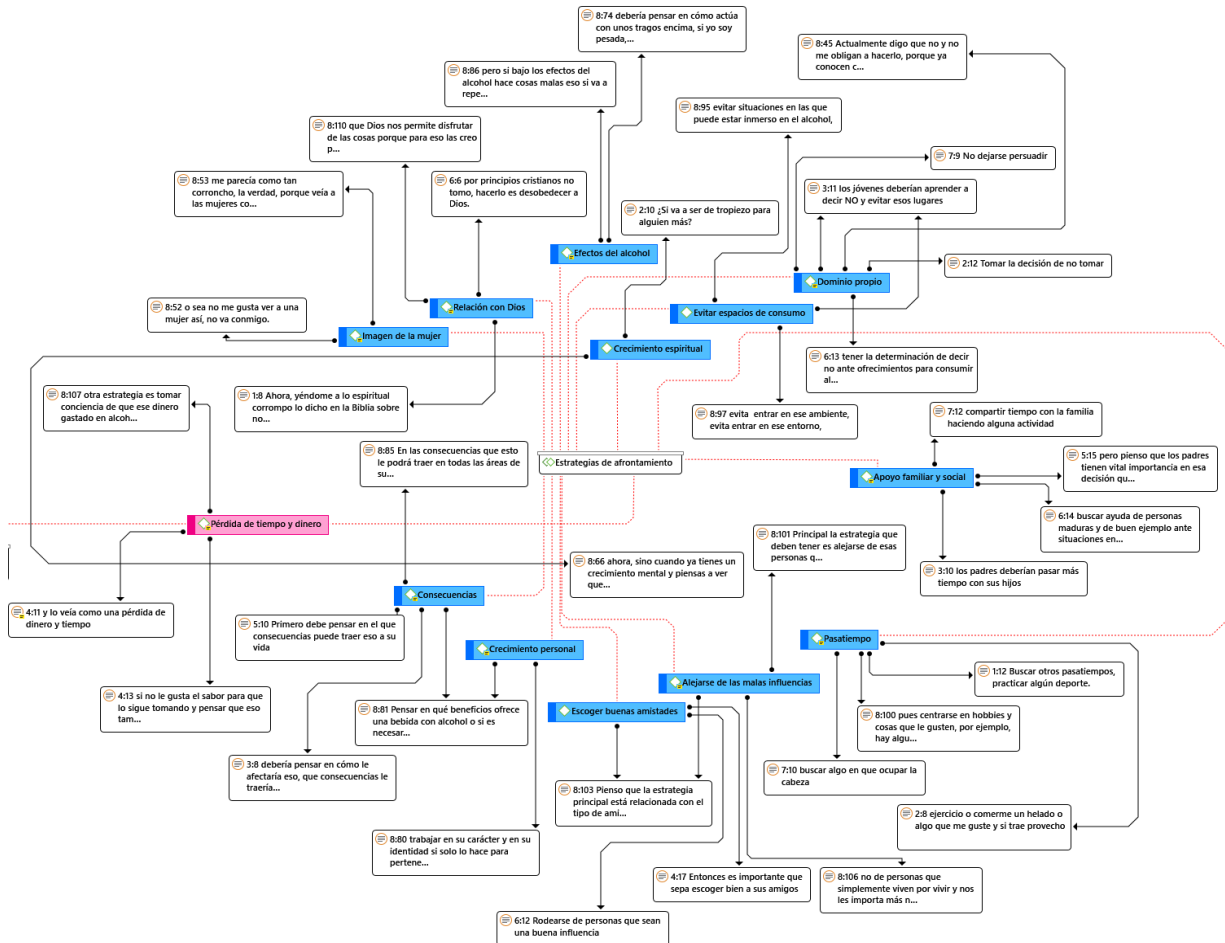
Fuente. Resultados de ATLAS, ti.

Anexo 4 Percepciones de consumo antes de ser parte de un grupo juvenil.



Fuente. Resultados de ATLAS, ti.

## Anexo 5 Estrategias de afrontamiento ante el consumo de bebidas alcohólicas.



Fuente. Resultados de ATLAS, ti.

### Referencias bibliográficas

- Ahumada, J., Gámez, M. y Valdez, C. (2017). El consumo de alcohol como problema de salud pública. *Ra Ximhai*, 13(2), 13-24. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46154510001>
- Álvarez, A., Alonso, M. y Guidorizzi, A. (2010). Consumo de alcohol y autoestima en adolescentes. *Revista. Latino-Am. Enfermagem*, 18(número especial), 634-40. <https://www.scielo.br/j/rlae/a/wfCPMv3xGtcJ59KtJwkXfkW/?lang=es&format=pdf>
- Barbosa, A., Segura, C., Garzón, D. y Parra, B. (2014). Significado de la experiencia del consumo de sustancias psicoactivas en un grupo de adolescentes institucionalizados. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 53-69. <http://doi.org/10.12804/apl32.1.2014.04>
- Berra, E., Muñoz, S., Vega, C., Rodríguez, S. y Gómez, G. (2014). Emociones, estrés y afrontamiento en adolescentes desde el modelo de Lazarus y Folkman. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 16(1), 37-57. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80230114003>
- Blasco, J. y Pérez, J. (2007). *Metodología de la Investigación en las Ciencias de la Actividad Física y el Deporte: ampliando horizontes*. Editorial Club Universitario. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>
- Castaño, E. y León del Barco, B. (2010). Estrategias de afrontamiento del estrés y estilos de conducta interpersonal. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 10(29), 245-257. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56017095004>
- Creswell, J., y Poth, C. (2013). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches* (3ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dávila, O. (2004). Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes. *Última década*, 12(21), 83-104. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362004000200004>
- De la Espriella, R., Rodríguez, V., Rincón, C., Cabrera, D., Pérez, S. y Gómez, C. (2016). Consumo de alcohol en la población colombiana. Encuesta Nacional de Salud Mental 2015. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 45(S1), 76-88. <http://doi.org/10.1016/j.rcp.2016.05.002>

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020). *Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENCSPA) Periodo de referencia 2019*. 1-84.  
<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encspa/bt-encspa-2019.pdf>
- Díaz, L., Correa, L., Vacca, A. y Barbosa, C. (2012). Consumo de alcohol en estudiantes universitarios y personas con proceso de rehabilitación. *Investigación en Enfermería, Imagen y Desarrollo*, 14(1), 25-43.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=145225516003>
- Fandiño, Y. (2011). Los jóvenes hoy: enfoque, problemática y retos. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*. 2(4), 150-163.  
<http://dx.doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2011.4.42>
- Gobierno de la Rioja. *InfoDrogas: Información y Prevención sobre Drogas*. (2019). Recuperado de: <https://www.infodrogas.org/drogas/que-son-las-drogas?showall=1>
- Gómez, E. y Cogollo, Z. (2015). Asociación entre religiosidad y estilo de vida en adolescentes. *Revista de la facultad de medicina*, 63(2), 193-198.  
<http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v63n2.49289>
- Gradín, V., Fernández, G., Paz, V. y Nicolaisen, E (2015). Toma de decisiones. En A. Vásquez Echeverría (Ed.), *Manual de Introducción a la Psicología Cognitiva* (pp.272-317). Montevideo: UdelaR.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio* (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill
- Jaramillo, J. y Céspedes, B. (2019). *Revisión de antecedentes en prevención del consumo de SPA en el entorno espiritual y religioso* [Tesis de especialización, Universidad Católica de Pereira. Colombia]. Repositorio Institucional- Universidad Católica de Pereira.
- Ley N° 1090 de 2006. Congreso de Colombia, Colombia. 06 de Septiembre del 2006.
- Llorens, N., Perelló, M. y Palmer, A. (2004). Estrategias de afrontamiento: factores de Protección en el consumo de alcohol, tabaco y cannabis. *Adicciones*, 16(4), 259-264. <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.391>

- Luna, A. y Laca, F. (2014). Patrones de toma de decisiones y autoconfianza en adolescentes bachilleres. *Revista de Psicología*, 32(1), 39-65.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337831261002>
- Martínez, Y. (14 de enero de 2009). *La religión es un eficaz regulador del comportamiento humano*. Tendencias 21... Recuperado el día 14 de abril de 2021 de [https://tendencias21.levante-emv.com/la-religion-es-un-eficaz-regulador-del-comportamiento-humano\\_a2874.html](https://tendencias21.levante-emv.com/la-religion-es-un-eficaz-regulador-del-comportamiento-humano_a2874.html)
- McCullough, M. y Willoughby, B. (2009). Religion, Self-Regulation, and Self-Control: Associations, Explanations, and Implications. *Psychological Bulletin*, 135(1), 1-25.  
[https://www.researchgate.net/publication/24001207\\_Religion\\_Self-Regulation\\_and\\_Self-Control\\_Associations\\_Explanations\\_and\\_Implications](https://www.researchgate.net/publication/24001207_Religion_Self-Regulation_and_Self-Control_Associations_Explanations_and_Implications)
- Méndez, M., Alonso, M, T., Alonso, M, M., Uribe, J. y Armendáriz, N. (2015). Relación de percepción de riesgo y consumo de alcohol en adolescentes. *SMAD, Revista Electrónica en Salud Mental, Alcohol y Drogas*. 11(3), 161-167. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80342807007>
- Mora, C. (2005). Factores protectores en la prevención de consumo de drogas en adolescentes en riesgo [Tesis para optar por el grado de Licenciada en Trabajo Social-Universidad de Costa Rica].  
<http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/tfglic/tfg-l-2005-19.pdf>
- Moral, M., Rodríguez, F. y Ovejero., A. (2010). Correlatos psicosociales del consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes españoles. *Salud pública de México*, 52(5), 306-415.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0036-36342010000500008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342010000500008&lng=es&tlng=es).
- La Santa Biblia, Nueva Traducción Viviente, © Tyndale House Foundation, 2010. Todos los derechos reservados.
- Observatorio de drogas de Colombia (ODC). *Sustancias psicoactivas*.  
<http://www.odc.gov.co/problematika-drogas/consumo-drogas/sustancias-psicoactivas>
- Observatorio de drogas de Colombia. (2015). *Estudio Nacional de reporte de drogas de Colombia*. Autoedición. 1-223.  
[http://www.odc.gov.co/Portals/1/publicaciones/pdf/odc-libro-blanco/OD0100311215\\_reporte\\_de\\_drogas\\_de\\_colombia.pdf](http://www.odc.gov.co/Portals/1/publicaciones/pdf/odc-libro-blanco/OD0100311215_reporte_de_drogas_de_colombia.pdf)

- Organización Mundial de la Salud. (21 de Septiembre de 2018). *El consumo nocivo de alcohol mata a más de 3 millones de personas al año, en su mayoría hombres*. [Comunicado de prensa]. [https://www.who.int/es/news/item/21-09-2018-harmful-use-of-alcohol-kills-more-than-3-million-people-each-year--most-of-them-#:](https://www.who.int/es/news/item/21-09-2018-harmful-use-of-alcohol-kills-more-than-3-million-people-each-year--most-of-them-men#:)
- Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la Teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, (18), 89-96. <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a10.pdf>
- Páez, E. y Posada, I. (2015). Significados al consumo de alcohol en habitantes de una comunidad rural, Antioquia, Colombia, 2010-2011. *Revista Ciencias de la Salud*, 13(1), 77-90. <http://dx.doi.org/10.12804/revsalud13.01.2015.06>
- Páramo, D. (2017). Cultura y comportamiento humano. *Revista Pensamiento y Gestión*, (42), 1-5. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n43/2145-941X-pege-43-00001.pdf>
- Parra, A., Bello, J. y Melano, M. (2018). *Factores de riesgo que influyen en el consumo de alcohol en los adolescentes del colegio Fe y Alegría en el año 2018-A*. [Proyecto de grado para optar el título de Enfermero, Universidad de Santander UDES - Campus Cúcuta]. Repositorio Institucional-Universidad de Santander UDES
- Pinto, P. (1998). Las drogas en la historia. *Revista científica Salud Uninorte*, 13, 23-30.
- Pons, J. y Buelga, S. (2011). Factores asociados al consumo juvenil de alcohol: una revisión desde una perspectiva psicosocial y ecológica. *Psychosocial Intervention*, 20 (1), 75-94. <https://dx.doi.org/10.5093/in2011v20n1a7>
- Puerto, N., Cañón, J., Palacios, L. y Medina, D. (2012). Disminución del consumo de alcohol en adolescentes mediante el fortalecimiento de valores y la creación de puentes de comunicación en la familia que generen conductas de tolerancia y autocontrol [Proyecto de grado para optar el título de Psicólogo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Raffino, E. (2020). Toma de decisiones. Concepto.de. <https://concepto.de/toma-de-decisiones/>

- Rodríguez, A. (6 de mayo de 2020). *Identidades juveniles: Conceptos, tipos y ejemplos*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/identidades-juveniles/>.
- Ruiz, M. y Medina, M. (2014). La percepción de los adolescentes sobre el consumo de alcohol y su relación con la exposición a la oportunidad y la tentación al consumo de alcohol. *Salud mental*, 37(1), 1-8. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-33252014000100001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252014000100001&lng=es&tlng=es).
- Santillán, E. y González, E. (2016). Nociones de juventud: aproximaciones teóricas desde las ciencias sociales. *Culturales. Época II*, 4(1), 113-136. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-11912016000100113&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912016000100113&lng=es&tlng=es).
- Segura, C., Morales, L. y Flórez, T. (2014). Transformación del sentido de vida en personas con dificultades en el consumo de alcohol después del ingreso a La Iglesia de Dios Pentecostal Movimiento Internacional [Trabajo de grado para optar al título de Psicólogo, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio Institucional - Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Sepúlveda, L. (2013). Juventud como transición: Elementos conceptuales y perspectivas de investigación en el tiempo actual. *Revista Última Década*, 21(39), 11-39. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362013000200002>
- Simkin, H. (2016). Espiritualidad, religiosidad y bienestar subjetivo y psicológico en el marco del Modelo y la Teoría de los Cinco Factores de la Personalidad [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de la Plata]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional de la Plata
- Telumbre, J., Esparza, S., Alonso, B. y Alonso, M. (2017). Actitudes hacia el consumo de alcohol y consumo de alcohol en estudiantes de enfermería. *Investigación En Enfermería: Imagen Y Desarrollo*, 19(2), 69-82. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=145251406006>
- Trujillo, A. y Flórez, I. (2013). Consumo de alcohol en los Adolescentes de Chía y su Percepción del Consumo y de la Permisividad Parental frente al Uso de Sustancias. *Revista Colombiana de Psicología*, 22(1), 41-57. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-54692013000100004](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-54692013000100004)
- Vargas, L (1994) Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>



- Vargas, D. (2001). Alcoholismo, Tabaquismo y Sustancias Psicoactivas. *Revista Salud Pública, Temas de actualidad*, 3(1), 78-88.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-00642001000100006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-00642001000100006)
- Vargas, E., Martínez, C. (2015). Relación entre el abuso del alcohol y la religión en adolescentes mexicanos. *Población Y Salud En Mesoamérica*, 12(2), 142-164. [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1659-02012015000100007](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-02012015000100007)
- Villarreal, M., Sánchez, J., y Musitu, G. (2013). Análisis psicosocial del consumo de alcohol en adolescentes mexicanos. *Universitas Psychologica*, 12(3), 857-873. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64730275017>
- Villarreal, M., Sánchez, J., Musitu, G., y Varela, R. (2010). El consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: Propuesta de un modelo Sociocomunitario. *Psychosocial Intervention*, 19(3), 253-264.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179817507006>