

**LA ACTITUD MACHISTA Y EL CONSUMO DE ALCOHOL  
EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE  
DERECHO, PSICOLOGÍA, TRABAJO SOCIAL,  
EDUCACIÓN BÁSICA Y CIENCIAS SOCIALES DE LA  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA SIMÓN BOLÍVAR**

**RAMIREZ MARLA  
RODRIGUEZ LUZ ELENA.  
ROMERO ERIKA  
SANCHEZ XIOMARA**

**Trabajo de grado optar el título de:  
Psicóloga.**

**Asesor:  
JOSE MANUEL GONZALEZ**

**CORPORACION UNIVERSITARIA SIMON BOLIVAR  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA.  
BARRANQUILLA  
2000**

UNIV	BOLIVAR
E	CA
E	IA
No INVENTA	- 4 0 3 0 7 1 3
PRECIO	_____
FECHA	01 - 10 - 2008
CAN.	_____

**Nota de Aceptación.**

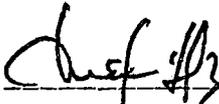
3.7 Tres Punto Siete

-----

-----

-----

  
-----  
**Presidente del Jurado.**

  
-----  
**Jurado.**

-----  
**Jurado.**

## TEMA

LA ACTITUD MACHISTA Y EL CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS ESTUDIANTES DE LAS FACULTADES DE DERECHO, PSICOLOGÍA, TRABAJO SOCIAL, EDUCACION BASICA Y CIENCIAS SOCIALES DE LA CORPORACION UNIVERSITARIA SIMON BOLÍVAR DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

## CONTENIDO

	Pag.
INTRODUCCION	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
2. JUSTIFICACION	8
3. OBJETIVOS	9
3.1. OBJETIVO GENERAL	12
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
4. HIPÓTESIS.	14
5. MARCO TEÓRICO	15
5.1. MODELO SISTEMICO DE LA SEXUALIDAD	15
6. EL MACHISMO	19
7. DEFINICIÓN DE VARIABLES	40
7.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	40
7.1.1. Definición Conceptual	40
8. CONTROL DE VARIABLES	42
9. METODO →	44
9.1. DISEÑO	44
9.2. POBLACIÓN	44
9.3. SUJETO	44
9.4. MUESTRA Y MUESTREO.	45
9.5. TECNICAS E INSTRUMENTOS	46
9.5.1. Escala Tipo Liker.	47
9.5.2. Cuestionario del ICFES.	48
9.6. PROCEDIMIENTO	48
10.RESULTADOS	50

11. ALCOHOL	51
11.1. CON RESPECTO A LA ACTITUD ANTE EL ALCOHOL.	51
11.2. CON RESPECTO AL CONSUMO DE ALCOHOL.	62
12.MARIHUANA.	
12.1. CON RESPECTO A LA ACTITUD FRENTE A LA MARIHUANA	78
13.COCAINA.	85
13.1. CON RESPECTO A LA ACTITUD ANTE LA COCAINA	85
13.2. CON RESPECTO AL CONSUMO DE COCAINA.	89
13.3. EDAD PRIMERA VEZ CONSUMO DE COCAINA	91
14.RELACIONES SEXUALES	92
14.1. CON RESPECTO A LA ACTITUD ANTE LAS RELACIONES SEXUALES.	92
14.2. EDAD PRIMERA RELACIÓN SEXUAL	95
14.3. RELACIONES SEXUALES BAJO EL EFECTO DEL ALCOHOL.	95
15.AUTOESTIMA	99
16.ACTITUD MACHISTA VS CONSUMO DE ALCOHOL.	108
17.CONSUMO DE ALCOHOL AUTOESTIMA	111
18.RELACIÓN ENTRE CAGE Y MACHISMO	113
19.CAGE MACHISMO Y AUTOESTIMA	114
CONCLUSIÓN	
REFERENCIAS.	
ANEXOS	

## INTRODUCCIÓN

La sexualidad es un tema que día tras días ha despertado un gran interés en la sociedad.

La sexualidad es una de las áreas que ha tenido un alto significado en el desarrollo del individuo, pues en cierta parte depende de las creencias y la cultura, en que el individuo se desenvuelve.

Sin embargo es importante aclarar que todos poseemos sentimientos, actitudes y convicciones en materia sexual, pero cada persona experimenta la sexualidad de diferentes formas ya que viene decantada por una perspectiva sumamente individualizada.

La sexualidad abarca 4 componentes que son: reproductividad, erotismo, afectividad y género.

Este último componente marca las diferencias de lo que significa ser hombre o ser mujer y el papel que tiene cada uno dentro de la sociedad. En Latino América el machismo, es definido como la

superioridad del varón sobre la hembra, constituyéndose así como una pauta de crianza que ha sido transmitida a través de nuestras generaciones convirtiéndose hoy en un estilo de vida.

El machismo influye en la vida del ser humano y afecta constantemente la relación de pareja; entre las características del machismo tenemos la agresividad y la heterosexualidad, ambos aspectos causan perturbaciones en la relación de pareja. Así mismo el uso frecuente de alcohol es una particularidad del machismo donde el hombre reafirma su masculinidad, a través de las parrandas y el compadrazgo que a su vez aumenta el comportamiento agresivo.

El objetivo general está enfocado en establecer la relación entre las características machistas y el consumo de alcohol en los estudiantes de las facultades de Derecho, Trabajo Social, Psicología, Básica Primaria y Ciencias Sociales de la Corporación Universitaria Simón Bolívar.

Esta investigación es de tipo transversal cuyo enfoque es psicosocial. Los instrumentos que se utilizaron fueron: Una escala de información para medir machismo, esta compuesta por un gran

número de reactivos que han sido elaborados por los estudiantes de la investigación (22) que se aplicaran a una muestra representativa de la población en estudio. Cada ítem fue respondido a cinco opciones que van desde totalmente de acuerdo a totalmente desacuerdo. La calificación final es la suma de las obtenidas en cada uno de los reactivos. Los ítems están centrados en 5 áreas del individuo: el área personal, afectiva, familiar, laboral y sexual. Para el consumo de alcohol se utilizó un cuestionario que elaboró el ICFES en 1995 para medir la incidencia del consumo de alcohol en los estudiantes Universitarios de la Ciudad de Bogotá. Dicho Cuestionario consta de 25 preguntas centradas en el consumo de drogas en general, pero 8 de ellas están específicamente relacionadas con el inicio, consumo, frecuencia y la actitud del individuo frente ante el alcohol. Estos instrumentos fueron aplicados a una muestra estratificada compuesta por las facultades de Psicología, Trabajo Social, Derecho, Ciencias Sociales y Básica Primaria de la Corporación Universitaria Simón Bolívar.

En este estudio se controlaron las siguientes variables: La Institución educativa, sexo, la facultad e instrumento. Este control se realizó para obtener datos confiables acerca de la población de estudio, es importante aclarar que esta investigación tiene un carácter simétrico en el género y en el sexo para mantener igual

proporción en la muestra y establecer diferencias genéricas más confiables. En el ambiente se controlaron variables como el ruido, ventilación, iluminación, ya que las alteraciones de estas variables podrían influir en las respuestas del sujeto. En cuanto al instrumento se controlaron variables como: facilidad en la escogencia de respuesta y un lenguaje claro. Esto con el fin de permitirle al experimentado tener mayor conocimiento del instrumento, obtener veracidad en sus respuestas y alcanzar un mayor nivel de confiabilidad y validez, y en el experimentador se controlaron variables como: El conocimiento del instrumento y el estado de ánimo, ya que el sujeto debía poseer pleno conocimiento del instrumento para una eficaz aplicación y obtener mayor entendimiento por parte de la población de estudio. A su vez el experimentador debe poseer un estado de ánimo dispuesto, dinámico lo cual favoreció la actitud positiva del experimentado frente al instrumento.

Se estableció la relación entre la actitud machista y el consumo de Alcohol a través del coeficiente de Correlación y se tomaron aspectos personales como sexo, edad, estado civil, facultad y autoestima y se estableció comparaciones entre ellas y las variables mencionadas.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Existe relación entre la actitud machista y el consumo de alcohol en los estudiantes de las facultades de Derecho, Psicología, Ciencias Sociales, Educación Básica y Trabajo Social en Corporación Universitaria Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla?

## 2. JUSTIFICACIÓN

La actitud machista, y el consumo de alcohol, han sido temas que en los últimos años han cobrado más víctimas en nuestra sociedad, dejando consecuencias como separaciones, divorcios, enfermedades venéreas, maltrato psicológico y físico en mujeres y niños, embarazos no deseados, hijos naturales, depresión y baja autoestima, entre otros (González 1998)

Según el PNUD de 1995 siguen persistiendo las pautas generalizadas entre hombres y mujeres, en cuanto a su acceso a la educación, salud, nutrición y aún más en su participación en el área económica y política. Aún a las mujeres se le siguen denegando igualdad de oportunidades y no disfrutan de la misma protección y los mismos derechos que los hombres.

Actualmente no hay ningún país donde las mujeres dispongan los mismos derechos que los hombres exceptuando, Venezuela dentro de los países hispanoamericanos. Esta desigual condición causa considerables discrepancia entre la gran contribución de las mujeres al desarrollo humano y su pequeña participación en los beneficios.

La participación de la población activa de la mujer en el mundo es de solo 38% y la del hombre es de 62%(PNUD, 1995).

Por otra parte si se dá un vistazo de cómo se está presentando este fenómeno en América Latina encontramos según algunos reportes estadísticos que el 2/3 de las mujeres casadas han sufrido violencia en el hogar, cada año unos cuatro millones de mujeres son víctimas de la violencia y una de cada seis mujeres son víctimas de violación (PNUD, 1995)

De igual manera la ley exonera al esposo que asesina a su esposa si ésta es descubierta en fragante adulterio, en cambio a ella no la exime en circunstancias similares. Toda esta información ratifica que aún en las diferentes culturas de Latinoamérica y el resto del mundo se mantienen creencias erradas con respecto al género, las cuales están afectando el desarrollo del individuo como seres sociales, libres y sensitivos perjudicando sus relaciones interpersonales particularmente la de pareja.

Es por esta razón que en este Informe de Investigación se enfatizó en dos aspectos que se encuentran muy interrelacionados: El machismo y el consumo de Alcohol ya que estos han sido factores determinantes en el deterioro de la relación de pareja, desencadenando con ellos disfunciones en la estructura familiar y

afectando el progreso económico, social-político de nuestra sociedad.

Con este informe se quiere dar a conocer la crisis e incertidumbre que atraviesa la sociedad, la cual invita a transformar e inventar nuevas formas de ver el mundo, de entender la misión del hombre y la mujer como sujetos de desarrollo que demanda la construcción de condiciones que faciliten la incorporación de la dimensión de género desde la equidad. Entendiendo lo fundamental que es este proceso para cambio cultural y una mejor calidad de vida que lleve al mejoramiento de relaciones de producción y de poder para rescatar la esencia del humanismo.

Se consideró necesario explorar el estudio científico de estos 2 aspectos psicosociales, ya que en nuestro país encontramos que la desigualdad genérica está afectando su desarrollo social reflejándose estadísticamente en los reportes de mujeres que trabajan mayores horas que los hombres en una proporción de 112 ellas y 100 ellos mensualmente y con un ingreso proveniente de trabajo de 20.1% las mujeres y 79% los hombres. Con respecto a la ocupación se halló que por cada 100 hombres en cada una de las siguientes áreas a mencionar el porcentaje de la mujer vinculada a

estas son: Administrativa - Ejecutiva el 27.2 %, profesionales y técnicas el 41.8%, tareas de Oficina y ventas 45.5%, tareas de servicio 69.6%(PNUD, 1995)

Para la medición de las variables de estudio, el grupo de investigación elaboró una escala de actitud Machista y un cuestionario sobre consumo de alcohol (ICFES, 1995). Por lo tanto la información obtenida servirá de apoyo para estudios posteriores que se descan proponer alternativas realistas para el desarrollo personal y social de América Latina.

A nivel institucional a la Universidad Simón Bolívar le permitirá conocer a través de los resultados arrojados por los instrumentos la actitud de sus estudiantes frente a la problemática

De igual manera brinda datos estadísticos que creará un cambio de actitud en la sociedad con respecto a los esquemas preestablecidos que se tienen acerca de las diferencias de género y dar a conocer las posibles opciones de mejoramiento para lograr el bienestar, la justicia y equidad del género de la Ciudad de Barranquilla

### 3. OBJETIVOS

#### 3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación existente entre la actitud machista y el consumo de alcohol en los estudiantes de las facultades de Derecho, Psicología, Educación Básica, Trabajo Social y Ciencias Sociales de la corporación universitaria Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla.

#### 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las características machistas en los estudiantes de las facultades de Derecho, Psicología, Educación Básica, Trabajo Social y Ciencias Sociales de la corporación universitaria Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla.
  
- Determinar la frecuencia del consumo de Alcohol en los estudiantes de las facultades de Derecho, Psicología, Educación Básica, Trabajo Social y Ciencias Sociales de la corporación universitaria Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla.

▪ Determinar las diferencias genéricas con respecto a la actitud machista y el consumo de alcohol en los estudiantes de las facultades de Derecho, Psicología, Educación Básica, Trabajo Social y Ciencias Sociales de la corporación universitaria Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla.

#### 4. HIPÓTESIS

A mayor actitud machista mayor consumo de alcohol en los estudiantes de las facultades de Derecho, Psicología, Educación Básica, Trabajo Social y Ciencias Sociales de la corporación Universitaria Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1 MODELO SISTEMICO DE LA SEXUALIDAD

Para hablar de sexualidad se debe tener en cuenta las diferentes manifestaciones como son las físicas, biológicas, psicológicas, sociales y éticas. Pero no sólo estas manifestaciones de la sexualidad se encuentran en este nivel, sino que deben ser estudiadas con otros métodos de la biología, psicología y sociología y por otras disciplinas humanísticas para así lograr un conocimiento integral (Rubio, 1996).

La sexualidad es el resultado de la integración de cuatro potencialidades humanas que dan origen a los cuatro holones o subsistemas sexuales, como son la reproductividad, género, erotismo y vinculación afectiva interpersonal (Rubio, 1996)

Cada uno de estos holones, tienen manifestaciones en todos los niveles de estudio del ser humano. El primer holón es la reproductividad humana, se refiere a la potencialidad del ser humano tomados como seres vivos, la sexualidad humana se ha

desarrollado con diferentes niveles: manifestación, organización e integración, como el resultado y la necesidad de la especie humana en reproducirse afectivamente. Por lo tanto hablamos de reproductividad como la posibilidad humana de reproducir individuos en gran medida que sean similares a los que produjeron (Gaihelep, 1986).

En este primer holón se presentan manifestaciones psicológicas y sociales de mayor importancia y no se limitan al evento biológico de la concepción.

En el segundo holón se encuentra el género, entendido como la serie de construcciones mentales respecto a la pertenencia o no del individuo y las categorías difórmicas de los seres humanos: masculino y femenino, así mismo a las características del individuo que lo ubican en algún punto de rango diferencial (Rubio, 1996).

El género al igual que otros holones sexuales aparecen en todos los niveles del estudio de la naturaleza humana.

Es por medio del género que los grupos sociales realizan una multitud de interacciones basados en la identidad, es decir, el marco mental interno de referencia del ser está construido en el género.

En sus niveles biológicos existen desarrollos importantes, ya sea en el proceso prenatal y postnatal de diferenciación sexual (genética). En el plano psicológico, el género adquiere relevancia en la conformación de la identidad individual, ésta es la que permite que respondan los interrogantes como: ¿quiénes somos?, ¿qué queremos? y ¿a dónde vamos?.

En cuanto al tercer holón, Rubio (1996) hace referencia al erotismo. Este es un elemento de la sexualidad que permite las experiencias más comúnmente identificadas como sexuales. Una de las formas de especificar el erotismo es por medio del amor, ya que las experiencias eróticas están muy frecuentemente relacionadas con la experiencia amorosa (Reis, 1995) Se puede decir que el erotismo, comprende todas las experiencias (individuales en la interacción con otros) en las que se presenta en los procesos de respuesta genital y corporal (Rubio, 1996) Por el erotismo se entienden los procesos humanos en torno al apetito por la excitación sexual, la excitación misma y el orgasmo.

El cuarto y último holón es el de la vinculación afectiva interpersonal (Rubio, 1996). Hace referencia a la capacidad de desarrollar un afecto intenso ante la presencia o ausencia de otro ser humano.

Específicamente, la forma más conocida de vinculación afectiva es el amor, por este entendemos tanto la necesidad imperiosa de contar con la presencia de alguien al punto que sea indispensable para la vida, es decir, se le llama amor tanto al gozo de ver al ser querido feliz como el dolor que experimentamos cuando nos abandonan.

Los cuatro holones sexuales mencionados anteriormente muestra que el estudio de la sexualidad está más delimitado a medida que se acerca a la biología.

Para concluir, se puede decir que el ser humano es el conjunto de varias partes o muchos sistemas que se pueden mirar de manera integral o por separado. La manera como mira el ser humano el sexo, ya sea biológico, psicológico y social es lo que comúnmente llaman sexualidad, por lo tanto ésta se debe comprender, fomentar y estudiar desde diferentes puntos de vista.

En el siguiente capítulo se hablará sobre una de las problemáticas que interviene en el segundo Holón de la Sexualidad(Género) y la influencia del medio sobre la masculinidad y la femeneidad.

## 6. EL MACHISMO

El machismo es un problema relevante en la cultura, que afecta el conjunto de las relaciones de los individuos a nivel personal, familiar y social en la medida que nos permite un desarrollo equilibrado de los roles tendientes a dignificar a los seres humanos.

Es una característica netamente latina, que tiene el propósito de satisfacer una necesidad psicológica resultante del complejo de inferioridad de cada individuo, este complejo, a su vez, es el resultado de las prácticas culturales en la crianza de los niños que han sido transmitidas de generación en generación (Giraldo, 1991).

El Machismo se define, según el Diccionario de la Lengua Española, (Fernández, 1997) como una **“actitud de prepotencia de los varones con respecto a las mujeres”**. Esta es una explicación corta, simple y exacta desde un plano semántico. Desde el punto de vista sexual, el diccionario de la sexología (Flores, 1997) lo define como una forma de sexismo que proclama la superioridad del varón sobre la mujer, es actuar o aparentar con modales agresivos, individualista y subestimando la condición femenina. El machismo

es una de las manifestaciones culturales más antiguas, complejas y prevalentes en nuestra sociedad.

Trazar la génesis de este fenómeno no ha sido difícil. Nace en la división del trabajo, en orígenes de nuestra sociedad a nivel tribal. Los varones cazaban y guerreaban; las hembras procreaban y cuidaban familias. Después, al plantearse los interrogantes de la eternidad y el destino de los fallecidos, se perpetuó el concepto de preponderancia del varón entre los vivos. Si los dioses eran poderosos y fuertes, por lógica, tenían que ser concebidas a imagen y semejanza de los cazadores y guerreros humanos (Fernández, 1997).

Los dioses humanos eran machos, las diosas jugaban un papel secundario. Las religiones legitimizaron la concepción del papel de machos y hembras, originada en sociedades primitivas (Fernández, 1997).

El machismo se encuentra entre los legados históricos que aun se manifiestan en el presente, en forma sutil o abierta, desafiando los tiempos. Al varón, desde muy pequeño se le adoctrina a que actúe en forma preponderante; a que aguante el dolor y suprima lágrimas o quejas para calificarlo como macho. Según Giraldo Neira (1990) y otros investigadores, todo radica en las experiencias que tiene el

niño en su hogar y en las prácticas de crianza. Señalan estos autores los siguientes elementos la crianza de los varones:

1. La falta de expresiones de afecto, especialmente por parte del padre.
2. El énfasis exagerado en el respeto, lo cual crea la distancia y temor entre el hijo y el padre.
3. El trato hostil y rudo por parte del padre y el uso de golpes y "correazos" para disciplinarlos.
4. La represión de la expresión de emociones como el miedo, la ternura, el dolor y el "endurecimiento" del niño para que no sea débil como las mujeres.

Estos patrones de crianza son los que llevan a muchos hombres a desarrollar una hostilidad hacia las mujeres en general, esto se da porque la madre es la única fuente de cariño, ésta se convierte en un ser del cual el varón depende emocionalmente y por lo tanto crea un resentimiento en el adulto. Lograr en el niño un énfasis exagerado en el control de sus emociones, es señal de debilidad, y esto perjudica una dimensión importante de su personalidad. Así el hombre adulto se convierte en hombre "máquina", que debe proyectar, por lo tanto, la imagen de un hombre frío y emocionalmente desapegado, represivo en las emociones y la falta

de compasión, entorpece la comunicación afectiva con la mujer y más bien lo distancia de ella. De igual manera se recompensa una conducta genérica adecuada (masculino o femenina) en forma de estímulos y también castigos y represión para desalentar transgresiones a las normas (Mock, 1987).

La escuela y los medios de comunicación (desde los libros de cuentos hasta la T.V.) complementan y refuerzan este largo proceso. Así, desde pequeños los niños aprenden a ganar aceptación y aprobación en el grupo de pertenencia. Los ideales culturales acerca de la masculinidad y de femineidad son reforzados en todas partes y continuamente; por eso se sienten como universales y no como expresión de posibilidades humanas (Impallari, 1994).

De los varones se supone que deben ser fuertes y vigorosos, casi rudos, audaces, enérgicos y valientes, casi intrépidos, siempre listos para enfrentar cualquier situación y resolver cualquier problema. De las mujeres se exige que sean suaves, emotivas, pasivas, que se acomoden a las necesidades de los demás, a la represión de iniciativas o juegos que requieran fortaleza física o agresividad intelectual (Impallari, 1994).

En el proceso formativo del machismo del varón y del pasivismo de la hembra, predomina el miedo oculto a un posible homosexualismo de los hijos, se alienta la pasividad entre las hembras bajo excusa de feminidad a fin de evitar el posible surgimiento de una marimacha. Por otro lado, al varón, por miedo a que sea "afeminado" le permiten despliegues de violencia, grosería y preponderancia de género (Fernández, 1997).

Se puede resumir que en los patrones de crianza se realzan 2 características del machismo: la heterosexualidad y agresividad. En la primera el hombre debe destacarse y demostrar su capacidad fálica, mientras más grandes sean sus órganos sexuales y más activamente se entregue a la relación sexual, más macho será. Su potencialidad sexual debe ser ejercitada, de hecho su relación con muchas mujeres. La conquista de la mujer debe hacerse por cualquier precio, lo importante es el trofeo, pero debe hacer alarde de su conquista aunque no las tenga, ello le otorga fama y prestigio frente a otros hombres; pero también frente a las mujeres machistas, ante quienes obtiene mayor atractivo. Para los hombres machistas lo importante no es lograr un afecto permanente (con excepción de la esposa y la querida), sino conquistar sexualmente a las mujeres y satisfacer la vanidad masculina (Flores, 1990).

El macho debe ser capaz de tener hijos, educarlos y protegerlos cuanto antes mejor. El macho no debería avergonzarse de sus hijos naturales, pues, son señal de su capacidad sexual y cuanto más hijos tenga su mujer estará atada al hogar y a los hijos y no podrá engañarlos (Flores, 1990).

Los hombres son sexualmente libres, es una verdadera cultura, el matrimonio no es un obstáculo para este rasgo del machismo, como lo expresa el dicho popular “la que se casa es la mujer” y “está casado pero no castrado”, y por lo tanto sigue siendo libre para relacionarse con otras mujeres, y así mismo, éstas deben guardarle fidelidad y no permiten engaños.

La superioridad y libertad sexual del hombre le dan ciertos derechos que pertenecen a su naturaleza de macho. Se cree que los hombres tienen mayor necesidad sexual y por lo tanto las mujeres deben aceptar el hecho de que ellos tengan muchas aventuras extramatrimoniales. El lugar de las mujeres es la casa y el de los hombres es la calle (Flores, 1990)

El hombre se siente dueño de su mujer, no debe permitirle ninguna libertad, pues de lo contrario se rebajaría y perdería su condición de macho. Los celos son típicos en ésta aptitud machista, no es

extraño, encontrar a hombres que celen constantemente a sus mujeres, pero todo radica en el temor que ellos sienten en que su mujer sea conquistada por otro hombre (Flores, 1990).

Cuando el hombre se casa, generalmente elige a una mujer virgen, pues, no tolera que su mujer haya pertenecido a otro previamente, pues él debe "hacerla su mujer" con la cual gana el derecho de ser servido a quien le ha puesto sello y marca. Para los hombres el disfrute sexual es el coito vaginal sin importar otras formas de gratificación (Impallari, 1994). Por medio de él tratan de demostrar su masculinidad y heterosexualidad, pretendiendo que si la mujer alcanza el orgasmo, se debe exclusivamente al desempeño de ellos; y la contrapartida: si la mujer no alcanza, se atribuyen supuestas pero no demoledoras culpas.

De esta manera, que la mujer alcance o no su clímax se vive como galardón, o duro golpe a su hombría, que pareciera así sostenido por haceres orientados hacia fuera y hacia los demás. Viven como si tuviesen pene de metal, el pene opresor (según Rowan), dependen de sus prestaciones y cuando estas no son las que sobreexigen, quedan desarmados y sin poder articular otras posibilidades accesibles y enriquecedoras. Siempre se sienten dueños absolutos de sus genitales, pero en realidad son solamente sus adictos prisioneros. En

la sexualidad se espera que el varón sea el conocedor, experimentado, dominante y seductor. De las mujeres, que sean tentadoras pero sumisas; que se dejen llevar y sigan los pasos del compañero (Impallari, 1994).

**En cuanto al ámbito Familiar** el varón debe proteger y defender a sus hermanas de los intentos de conquista de otros hombres, puesto que las mujeres de su familia deben permanecer vírgenes hasta el matrimonio y esta paradoja constituye un elemento de autoestima (Giraldo, 1990)

La segunda característica del Machismo es la agresividad. Cada hombre trata de mostrarle a los demás que es más "macho", el más masculino, él más fuerte y poderoso físicamente, es recio, no teme a nada ni a nadie, es frío, despegado emocionalmente. La cobardía es el peor estigma para un macho pero ello es equiparado a cualquier actitud negociadora, conciliadora, comprensiva (Florez, 1990)

El castigo a la mujer está dirigido exclusivamente a sus mujeres, pues no tolera que otro lo haga ni que castigue a una mujer en situaciones sociales ordinarias. Pero si su mujer lo amenaza, lo desobedece o se independiza, el macho posee el derecho ganado de castigarla y si lo engaña con otro, es capaz, hasta de matarla. La

mujer es sentimental, afectiva, casta, casera, respetuosa y debe ser virgen (Flores, 1990).

El hombre es de la calle, tiene el concepto de que las prostitutas "es mujer de la calle". El es libre y superior, y ningún lugar le está vedado. El prostíbulo, el salón, la iglesia, todas las actividades están abiertas para su realización: el trabajo gremial, el estudio. La mujer tiene el campo de actividades limitadas y cuando accede a alguno debe obtener el permiso del hombre; él no pide permiso, es su derecho.

Son numerosas causas del machismo. La cuestión radica en si el machismo es aprendido o pertenece a una tendencia animal innata, poco modificada por la cultura. Entre estas explicaciones está la filogenética, la psicoanalítica y la planteada anteriormente (patrones de crianza, pag 28)

Flores Colombino (1990) habla de un abordaje filogenético argumentado en la pasividad de la hembra y la actividad del hombre y esto es visto en otras especies como la animal, establece analogías entre los comportamientos animales y humanas en el sentido de que la agresividad intraespecie es una función sexual por excelencia, pues se dirige a la selección entre los machos congéneres por la

hembra para el apareamiento y la reproducción. Además, en el ser humano existirá a nivel masculino una agresividad excedente por el mayor nivel de hormonas, androgénicas, fuente de la libido, para su aplicación al dominio del mundo y a rebelarse contra las leyes humanas y divinas.

Desde el punto de vista psicoanalítico el comportamiento sexual masculino consiste esencialmente en un instinto de combatividad de la misma forma empuja al individuo en la dirección erótica, lo conduce a conquistar a la mujer, a excitarla, perseguirla y atacarla (Flores, 1990)

Para concluir, podemos decir que muchos hombres no lloran por miedo que duden de su masculinidad. Lo que provoca que no exterioricen sus sentimientos y emociones y lo repriman tomando como alivio la tradición machista y muchas veces creen que mostrar sensibilidad es traicionar su hombría, muestra de debilidad o de feminidad. El hombre que ha sido educado en una cultura machista como la nuestra, aprendió desde muy temprana edad a respetar, admirar a otro varón, tanto física como intelectualmente. Sin embargo, su cultura le enseñó a ver que la mujer en término de valores o atributos físicos: instrumento de placer, objeto de exhibición y reproductora de la especie. Su admiración o atracción

El etanol es una de las drogas más utilizada por la población a nivel mundial y los estudios realizados sobre el tema en Colombia han presentado una alta consistencia al encontrarlos con la más alta prevalencia no sólo de consumo, sino como abuso y dependencia.

Para muchas comunidades en el mundo entero, el consumo de alcohol es la parte más fundamental de la diversión y no se puede concebir una fiesta sin grandes libaciones. Más aún si alguien rechaza una copa en esas circunstancias, se le considera persona no grata, alguien a quién no se puede invitar poco culto, "indelicado"

Podríamos en términos generales que el alcohol es un recurso la angustia y la depresión, para obtener la sensación de pertenencia a una grupo. Para otros Autores(Vidal) el alcohol es un refugio propio de individuos pertenecientes a grupos sociales desorganizados que no han logrado independizarse totalmente de sus figuras paternas, o bien que carecen de afecto o ansia subir de clase, es decir que viven el conflicto de la necesidad de una realización y la inercia que tiende a perpetuar el estado de dependencia con respecto a otras personas. Para resolverlo se sirven de la bebida con objeto intermediario que mágicamente suministra todo aquello de lo cual carecen sin el riesgo de depender de alguien; aunque la dependencia continua pero relacionada con el alcohol.

hacia la mujer se basa, principalmente, en una concepción biológica de la misma.

Aunque se han desarrollado movimientos como el feminista de los últimos años, no obstante el número de víctimas del machismo es aumentativo comparándolo con los liberados del machismo impuestos por tradición y costumbres.

### **5.3 CONSUMO DE ALCOHOL**

El consumo de alcohol se encuentra relacionado con la actitud machista, ya que el hombre machista busca a través del uso de esta droga demostrar su hombría, aumentar su agresividad y facilitar su infidelidad.

El Alcohol es una sustancia estimulante y deprimente que produce una intoxicación socialmente aceptable y su uso crónico ocasiona deficiencias nutricionales por el hecho de reemplazar calorías, disminuyendo el apetito sin suplir las necesidades vitamínicas o proteicas necesarias para la nutrición. Cuando el organismo lo absorbe a través de la mucosa intestinal, se distribuye prácticamente en todos los órganos, y es el **sistema nervioso central** donde produce sus efectos más llamativos.

En la historia se encuentran relatos como las alusiones a banquetes con abundante vino como en las bodas de Canaan. En Roma una de las dos grandes fiestas que se celebraba, era la de las Bacanales en honor del dios Dionisio, dios del vino (Acevedo, 1989; Rosenstingl, 1974).

En las obras de Tácito se hace mención a personajes, como el caso de Nerón, quien desde muy joven abusaba de las bebidas alcohólicas. Ya desde Hipócrates, 460 A.C., se mencionó la locura alcohólica y Asclepciades comentó la asociación entre consumo de vino y cirrosis hepática.

Pero fue en 1804 que el médico inglés Thomas Trotter escribió "En el lenguaje médico considero que la ebriedad es una enfermedad en el sentido estricto". Cuarenta años más tarde, en 1849 el término alcoholismo propiamente fue empleado por Magnus Huss, médico sueco (Mejía, 1980).

En 1943 Jellienek, caracterizó nosológicamente el alcoholismo y la Organización Mundial de la Salud, operacionalizó el término como: "Incapacidad de Abstenerse".

A partir de entonces se cuenta con una amplia evidencia sobre la asociación del alcoholismo con accidentes, homicidios y suicidios; enfermedades orgánicas como cirrosis hepática y pancreatitis, problemas laborales con incapacidades y accidentes de trabajo y bajo rendimiento y diserción académica. (Negrete, 1976; Naveillan y Vargas, 1984; Torres de Galvis y Posada, 1993).

Los antecedentes en caso de la cultura latinoamericana, muestran que ya desde la época precolombina se consumían bebidas embriagantes, obtenidas por medio de la fermentación como la chicha, ligada a las celebraciones y rituales.

En 1658 el doctor Perez Manrique, presidente de la Capitanía General de tierra firme, hoy Colombia, dictó varios actos de gobierno, entre los cuales figuraba la prohibición del consumo de chicha.

En 1922 el doctor Uldarico Tellez decía: El alcoholismo es en la hora actual un mal nacional” (Roselli, 1968).

Ya en 1955 se realizó en Bogotá el primer Congreso Nacional sobre Alcoholismo, en el cual se trataron importantes temas sobre aspectos epidemiológicos, biológicos y sociales. Durante el Séptimo

Congreso Nacional de Psiquiatría, en 1967, se presentó el trabajo titulado "Bases para el Estudio del Alcoholismo en Colombia".

Pero a pesar de estos aspectos anecdóticos, el problema de consumo de bebidas alcohólicas en Colombia ha presentado una tendencia hacia el incremento. Posiblemente los patrones de consumo, y el tipo de bebidas de mayor uso, sean diferentes por región, pero en general, los estudios epidemiológicos realizados muestran que se puede considerar como un grave problema social y de salud, en todo el país.

En los Estudios realizados, en la población general de Medellín, población de estudiantes de secundaria, población laboral y población universitaria se encontró la más alta prevalencia de consumo para el alcohol (ICFES, 1995)

Con relación a la clasificación actualmente aceptada por los expertos considera bebedor social al que hace uso de bebidas alcohólicas sin presentar consecuencias en el campo social, familiar, laboral o de salud.

a persona que abusa del alcohol, es aquella que no le importa la frecuencia de consumo además presenta problemas en una o más de las áreas mencionadas.

El término Alcohólico se define, como al consumidor de bebidas alcohólicas que presenta dependencia física o psicológica y consecuencias negativas en una o más de las áreas arriba mencionadas.

La clasificación anterior es de muy fácil aplicación, pues una persona puede ser clasificada en uno u otro grupo en cualquier momento.

Los estudios realizados muestran que el adicción al alcohol, puede ser aguda, crónica y familiar (Muñoz, 1997, 2001). Los problemas de alcoholismo a veces son productos de factores biológicos, psicológicos y sociales. Las ideas acerca del consumo de éste; los problemas de alcoholismo se encuentran con más frecuencia entre las personas que tienen poca educación debido a su ignorancia acerca del alcoholismo y sus consecuencias. Los estilos de vida poco saludables y los problemas a nivel social, laboral familiar, etc., también contribuyen a los problemas causados generalmente por el daño en el sistema nervioso central producido por el consumo de esta droga.

El adicto tiene un sistema nervioso diferente á la de la persona no adicta, el trastorno está principalmente localizado en la sinapsis (unión entre cada una de las neuronas del sistema nervioso) en donde los mecanismos para producir y recibir la sustancia neurotransmisoras funcionan en forma diferentes a la de los seres normales (González, 1989; Muñoz, 1987; Velazco, 1988).

Según Avendaño (1997), agrega que las personas piensan que el alcohol es necesario para lograr la diversión y muchas veces las esposas ven normal que sus maridos e hijos consuman bebidas alcohólicas los fines de semana, demostrando con esto que la familia estimula el abuso y la dependencia del alcohol.

El alcohol parece favorecer el ajuste situacional de los individuos que necesitan ayudarse e identificarse con un nuevo grupo social, facilitando la creación de nuevos vínculos. En los alcohólicos se produce la disminución en la integración familiar, un distanciamiento en las relaciones sociales y se crean cambios en la estructura.

En algunas ocasiones el alcohol puede actuar como agente facilitador de la interacción y la adaptación social al nuevo medio. De forma que la taberna se constituye en un lugar de puesta en

común donde se promueven los lazos instrumentales. El consumo de alcohol y la embriaguez se utiliza, aquí como niveles económicos (el que tiene dinero invita a los que carecen de él, y como factores que facilitan la creación de lazos de amistad ficticios).

El consumo de alcohol como factor predominante de la identificación y sentido de pertenencia a un grupo determinado, adquiere una especial intensidad, ya que refuerza la necesidad de imitar las conductas de sus amigos en el consumo de sustancias.

El consumo de alcohol, a lo largo del tiempo, produce una dependencia alcohólica que influye de manera progresiva y paulatina en la conducta y por lo tanto, en la interacción con los miembros de su red.

Estudios realizados han demostrado que una de las drogas más utilizadas por los hombres y las mujeres es el alcohol. En un 88% para ellos y un 87% para ellas (González y colaboradores, 1991)

Entre las consecuencias producidas por el alcohol, encontramos que en los hombres se presenta disfunción erectiva, infidelidad, eyaculación precoz, promiscuidad, sexual, homosexualidad

egodistónica, sexo en grupo y bajo deseo sexual (González y colaboradores, 1991)

En cuanto a las mujeres se presentan trastornos como la disfunción orgásmica, bajo deseo sexual, dificultad para lubricar, promiscuidad sexual, prostitución, sexo en grupo, dolor durante el coito, homosexualidad egodistónica, violación, incesto e infidelidad (González y colaboradores, 1991)

En Colombia estudios estadísticos en 1993, demostraron que cerca de un millón de personas son alcohólicas, que un millón quinientos están en riesgo de alcoholizarse, dieciséis millones son consumidores habituales de alcohol, siete millones de menores de 18 años se emborrachan y el 28% de las personas consideran que el alcohol es dañino.

El ICFES en 1995, en investigaciones realizadas con estudiantes universitarios de toda Colombia encontraron que el 84% han consumido bebidas alcohólicas y que la edad promedio de inicio es de 16 años, esta edad promedio coincide con la edad de ingreso al nivel de la educación superior. Por último se demostró que los hombres son mayores consumidores de alcohol con un promedio de un litro y en las mujeres de un medio litro.

De igual manera la proporción de la prevalencia anual es 70.4% del total y el 81.1% de los hombres las han usado durante el periodo, siendo consistentemente menor la proporción para el sexo femenino con el 62.3%. De cada tres estudiantes uno consume bebida alcohólicas semanalmente, posiblemente los fines de semana. Dicha proporción de prevalencia semanal presenta un fuerte número por género con 17.2% para sexo masculino.

Por otra parte las relaciones de pareja y amorosas donde la mujer es la que consume alcohol se ha encontrado que están marcadas por pautas machistas, lo cual la mujer tiende a comportarse de manera sumisa con su compañero (González y colaboradores, 1996)

Podemos concluir que el consumo de alcohol se encuentra relacionado con el fenómeno machista y que la unión de esto puede propiciar conductas de infidelidad. Nuestra cultura nos promociona lo necesario y reconfortante que es ingerir alcohol, pues aumenta el estado de euforia los convierte en más machos, pero no menciona las consecuencias que su uso trae como son enfermedades al sistema nervioso y la inadecuada toma de decisiones sexuales, baja autoestima, vergüenza, culpa, pobre comunicación con la pareja, infidelidad, celos, incesto, entre otros.

Se ha comprobado en investigaciones realizadas que el consumo de alcohol es mayor en hombres que mujeres y que coincidan en la edad de consumo en el ámbito universitario. Lo que hace pensar que el machismo si se encuentra relacionado con el consumo de alcohol.

La persona adicta al alcohol ya sea que llegue a esta situación por causa genética o cultural, no sólo afecta su bienestar y desarrollo sino que repercute en el de su compañera, e hijos.

## 7. DEFINICIÓN DE VARIABLES

### 7.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES:

Actitud machista y consumo de alcohol.

#### 7.1.1 Definición conceptual

**Actitud machista:** para la construcción de este término se definió según el diccionario de sexología y el autor Flores Colombino que es actitud y que es machismo.

**Actitud:** idea cargada de emoción que predispone una clase de acciones para ciertas situaciones sociales (Trianis, 1971)

**Machismo:** una de las formas del sexismo que proclama la superioridad del varón sobre la mujer. Se caracteriza por un alarde de la heterosexualidad y agresividad (Flores Colombino, 1997)

**Actitud machista:** es una idea cargada de emociones que predispone al hombre a mantener superioridad sobre el sexo opuesto y a expresar conductas de agresividad, dominio, indiferencia afectiva y ostentación de la heterosexualidad.

**Consumo de alcohol:** Es el uso moderado o excesivo del alcohol

**Definición operacional:**

**Actitud machista:** Esta variable se midió a través de una escala de actitud tipo likert que está compuesta por 22 ítems, que incluyen todas las dimensiones posibles de la actitud respectiva se aplico a los estudiantes de cada facultad ya antes mencionadas en la Corporación Universitaria Simón Bolívar.

**Consumo de alcohol:** operacionalmente se utilizó un cuestionario de ICFES (1995) que evalúa frecuencia e intensidad del consumo de esta sustancia, además consta de varias preguntas de selección múltiple que se le aplicaron a los estudiantes de cada facultad de la Universidad Simón Bolívar.

## 8. CONTROL DE VARIABLES

QUE	COMO	PORQUE
1. SUJETOS Igualdad en tamaño de Muestra. Facultad	1. Se tomó una misma el cantidad de hombres y de la mujeres pertenecerán a las facultades de Derecho, Psicología, Básica Primaria, Trabajo Social y Ciencias Sociales, los cuales se les aplico los instrumentos de estudio.	1. Porque esta investigación desea que los datos arrojados tengan un carácter estandarizado en simetría de la muestra y además se puedan establecer diferencias genéricas más confiables.
2. Instrumento	2. A la muestra seleccionadas se les aplicó los instrumentos de manera individual y con un tiempo establecido.	2. Porque se busca establecer diferencias individuales acerca de las variables que se estudian para que sean confiables y validos y que sirvan de referencia para sustentar otras investigaciones
4. InvestigadoresCo nocimiento de instrumentos Estado de ánimo	4. Controlando que cada miembro de la investigación posea un claro conocimiento de los instrumentos de aplicación y que mantenga un estado de ánimo óptimo en el momento de la aplicación.	4. Para que las explicaciones a los sujetos sea clara, precisa y para evitar que los resultados obtenidos sean contaminados.

**VARIABLES NO CONTROLADAS****QUE**

Edad, estado Civil. Inteligencia,  
fatiga, semestre, estado de ánimo,  
personalidad y cultura.

**PORQUE**

Por el tamaño de la muestra se  
dificulta controlar variables  
subjetivas.

## 9. METODO

### 9.1 DISEÑO

La actitud machista y el consumo de alcohol en los estudiantes de las facultades de derecho, Psicología, Trabajo Social, Básica Primaria y Ciencias Sociales de la corporación Universitaria Simón Bolívar, es una investigación de tipo correlacional, cuyo enfoque es cuantitativo. Se utilizó un diseño correlacional, el cual consistió en establecer una estimación de variables que se basa R – Pearson para encontrar el coeficiente de correlación entre las variables.

### 9.2 POBLACIÓN

El número total de la población es de cuatro mil novecientos cuarenta y dos (4.942) estudiantes de las facultades de la Universidad Simón Bolívar (Derecho, Ciencias Sociales, Psicología, Educación de Básica Primaria y Trabajo Social)

### 9.3 SUJETO

La población de estudio, estuvo conformada por sujetos de las facultades de Derecho, Psicología, Trabajo Social, Educación Básica y Ciencia Sociales de las diferentes jornadas y de ambos sexos.

## 9.4 MUESTRA Y MUESTREO

Para la elección de la muestra se utilizó la técnica probabilística estratificada (Sampieri, 1998) por que la población estuvo dividida por estratos que son las cinco facultades que se señalaron anteriormente. Se utilizó el siguiente proceso estadístico para determinar la muestra de la población total y a su vez de las facultades:

### POBLACION (N):

Psicología: 1212

Derecho: 2942

Trabajo Social: 436

Educación Básica: 211

Ciencias Sociales:  $\frac{159}{4942}$

X: Variable que se investiga cualitativa.

P: Proporción de Estudio que presentan las características de interés

$$N = \frac{Z_c * p * q}{E \wedge \wedge} = \frac{(1.96) 0,5 * 0,5}{(0,05)} = 385$$

Nivel de Confianza  $1 - \alpha = 0.95$

$Z_c = 1.96$  suponer un error de muestro de 0.05

Supuesto:  $P = 0,5$  la proporción de estudio machista es de 50%.

$n = 385$

Ahora para elegir la muestra estratificada se siguió el siguiente proceso:

$N_1 =$  Tamaño de la población de Psicología

$N_2 =$  Tamaño de la población de Derecho

$N_3 =$  " " Trabajo Social

$N_4 =$  Tamaño de la población Básica Primaria

$N_5 =$  " " Ciencias Sociales.

$$n_1 = N_1 * n/N = 1212 * 385 / 4942 = 95$$

$$n_2 = N_2 * n/N = 2924 * 385 / 4942 = 228$$

$$n_3 = N_3 * n/N = 436 * 385 / 4942 = 34$$

$$n_4 = N_4 * n/N = 211 * 385 / 4942 = 16$$

$$n_5 = N_5 * n/N = 151 * 385 / 4942 = 12$$

## 9.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La recolección de información del presente estudio se llevó a cabo mediante la aplicación de la escala tipo likert acerca de machismo y el cuestionario del ICFES acerca del alcoholismo en los estudiantes de la U.S.B., los instrumentos se aplicarán de forma grupal a los estudiantes de la Universidad Simón Bolívar.

### 9.5.1 Escala tipo likert.

Para medir el machismo se utilizó esta escala que consiste en un gran número de reactivos que han sido elaborados por los estudiantes de la investigación (22) que se aplicó a muestra representativa de la población en estudio. Cada ítem es respondido con 5 opciones que van desde totalmente de acuerdo a totalmente desacuerdo. La calificación final es la suma de las obtenidas en cada uno de los reactivos. Los ítems estarán centrados en 5 áreas: la afectiva, comunitaria, doméstica, laboral y sexual y que estarán planteadas en forma clara y concisa.

Se seleccionaron los reactivos que habrán de formar la escala final consiste en correlacionar la calificación de cada reactivo obtenida por todos los sujetos, con la calificación total de los sujetos en la escala. Aquellos reactivos con la correlación más alta con las calificaciones totales serán escogidos para formar parte de la escala final.

Por lo general se escogieron aquellos reactivos que tenían una correlación superior a 0.35 se efectuó una correlación de SPEARSON y después se corrigió con la fórmula de SPEARSON BROWN (Briones 1995).

### 9.5.2 Cuestionario del ICFES.

Este cuestionario se utilizó para medir la incidencia del consumo de alcohol en los estudiantes universitarios en la ciudad de Bogotá en el año 1995 consta de dos preguntas de selección múltiple que miden la frecuencia e incidencia del consumo de Alcohol en los Jóvenes Universitarios.

## 9.6. PROCEDIMIENTO

Para lograr un buen estudio en la investigación que se está trabajando se ha llevado una serie de fases:

**Primera fase:** definición del tema y búsqueda bibliográfica, marco teórico y marco de referencia. Para organizar esto se trabajó con material de primera y segunda mano (libros, revistas) y fue a partir de este que empezamos a definir el problema y a plantear los objetivos generales y específicos.

**Segunda fase:** Para investigar debemos saber de antemano que clase de investigación es e identificar las variables que en nuestro caso es correlacional y las variables de estudio son la actitud machista y el consumo de alcohol, se definieron tanto conceptual como operacionalmente, inmediatamente se planteó el instrumento de medición para estas variables que en este caso fueron construidas

por los estudiantes de la investigación como son: la escala de actitud tipo likert y un cuestionario de alcohol, este último fue construido por el ICFES en 1995.

Estos instrumentos se validaron, estableciendo una correlación de coeficientes y haciendo consistencia interna, validez de contenido, confiabilidad a través de la formulación de Pearson y la división de mitades, Los cuales se aplicaron en la muestra estipulada.

**Tercera fase:** definición de la muestra a estudiar que en este caso es de 1400 estudiantes que es el 15% de la población que corresponde a 9000 estudiantes que serán seleccionados a través de un muestreo aleatorio llamado estratificado. Posteriormente presentamos los resultados después de haberse realizado la tabulación de los instrumentos anteriormente mencionados. En los anexos colocaremos muestras estadísticas de nuestra investigación y los instrumentos que se realizaron

## 10. RESULTADOS

### (INFERENCIA ESTADÍSTICA)

#### 1. Sexo :

Hombres	→	170
Mujeres	→	151

#### 3. Edad :

16 - 45 años → Prom. = 22,5 años

#### 2. Estado civil:

Soltero	→	262
Casado	→	42
Unión libre	→	7
Divorciado	→	1
NS /NR	→	9

#### 4. Programa:

Derecho	→	202
Psicología	→	94
Básica Primaria	→	15
Ciencias Sociales	→	10

#### 5. Semestre:

1	→	19	6	→	12
2	→	39	7	→	11
3	→	20	8	→	16
4	→	57	9	→	13
5	→	39	10	→	18
		NS / NR	→		77

## 11. ALCOHOL

### CON RESPECTO A LA ACTITUD ANTE EL ALCOHOL

#### • Sexo

Cuadro 1. Estadística de los estudiantes Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales, y Educación Básica respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Nunca las debe consumir (a)	2	12	14
Las puede consumir siempre con moderación (b)	131	120	251
Las puede consumir siempre que lo desee (c)	18	34	52
NS / NR	0	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>170</b>	<b>321</b>

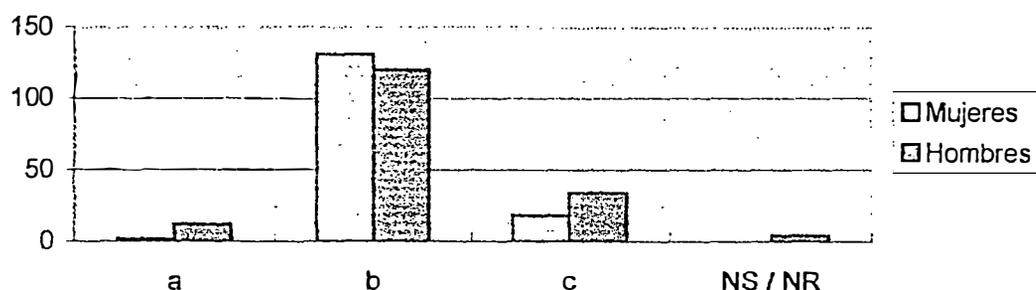


Figura 1. Estadística de los estudiantes Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Se han establecido dos grupos en esta pregunta:

■ a : Individuos de Actitud no Consumidora (I.A.N.C).

■ **b** : Individuos de Actitud Consumidora (I.A.C).

Se empleará la prueba de chi-cuadrado para la bondad de ajuste a fin de determinar si existe discrepancias entre mujeres y hombres en sus puntos de vista respecto a esta pregunta.

$$X^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$o_i$  = Frecuencia observada (datos arrojados de la encuesta)

$e_i$  = Frecuencia esperada =  $\frac{\text{Total fila estudiada} * \text{Total columna}}{\text{Total de la muestra}}$

• **Frecuencias observadas**

$H_0$  = La proporción es la misma en la opinión de hombres y mujeres.

$H_a$  = La proporción es diferente.

Cuadro 2. Frecuencias de los individuos con actitud consumidora e individuos con actitud no consumidora de las facultades con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.A.N.C.	12	2	14
I.A.C.	154	149	303
NS / NR	4	0	4
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

### Frecuencias Esperadas bajo $H_0$ :

Cálculos

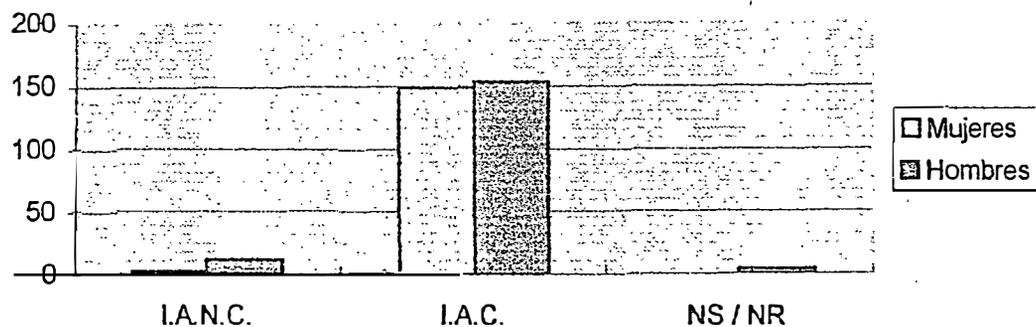


Figura 2. Estadísticas de los estudiantes individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora de las facultades con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 3. Frecuencias observadas de la muestra con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios

$o_i$	$TOTAL_{1i} * TOTAL_{2i} / TOTAL$	$e_i$
12	$170 * 14 / 321$	7,41
2	$151 * 14 / 321$	6,59
154	$170 * 303 / 321$	160,47
149	$151 * 303 / 321$	142,53
4	$170 * 4 / 321$	2,12
0	$151 * 4 / 321$	1,88

Cuadro 5. Frecuencias observadas en los Individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.A.N.C.	7,41	6,59	14
I.A.C.	160,47	142,53	303
NS / NR	2,12	1,88	4
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \frac{(12-7,41)^2}{7,41} + \frac{(2-6,59)^2}{6,59} + \frac{(154-160,47)^2}{160,47} + \frac{(149-142,53)^2}{142,53} \\
 &+ \frac{(4-2,12)^2}{2,12} + \frac{(0-1,88)^2}{1,88}
 \end{aligned}$$

$$X^2 = 10,14$$

El número de grados de libertad  $v$  de esta distribución chi-cuadrado está dado para  $h > 1$ ,  $k > 1$  por  $v = (h - 1)(k - 1)$ ; ya que las frecuencias esperadas pueden calcularse sin tener que estimar parámetros poblacionales con los estadísticos muestrales.

$h = \#$  de filas,  $k = \#$  de columnas.

$$V = (3 - 1)(2 - 1) = 2 \text{ para una confiabilidad del 95\%.}$$

Puesto que  $X^2_{0,95} = 5,99$  para 2 grados de libertad y puesto que  $X^2_{cal} = 10,14 > 5,99$ , se deduce que los resultados son significativos al nivel de 0,05. Por lo tanto se está en condiciones de rechazar  $H_0$  a este nivel y se deduce que la proporción entre hombres y mujeres presenta un comportamiento diferente con respecto a lo que creen en materia de bebidas alcohólicas. Presentando las mujeres una mayor proporción en cuanto a una actitud de consumo.

• **Edad**

Cuadro 5. Estadísticas de los estudiantes Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

	Menores de edad	Mayores de edad	TOTAL
Nunca las debe consumir (a)	3	11	14
Las puede consumir siempre con moderación (b)	22	229	251
Las puede consumir siempre que lo desee (c)	7	45	52
NS / NR	2	2	4
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>287</b>	<b>321</b>

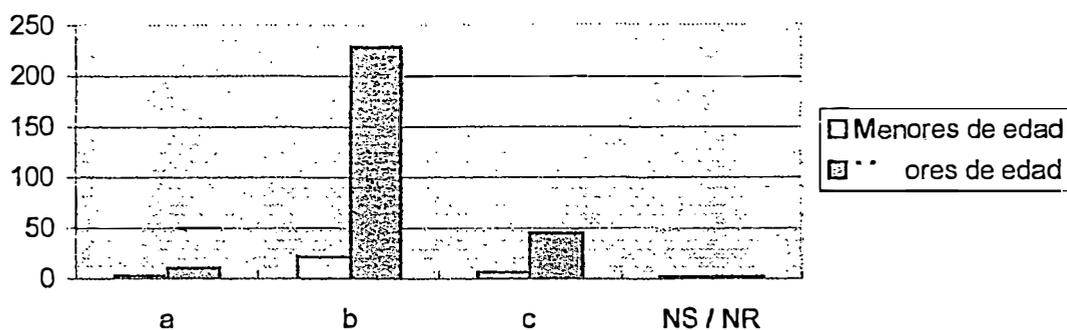


Figura 3. Estadísticas de los estudiantes de Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Se toma el mismo criterio de la clasificación de los grupos:

a : I.A.N.C.                      y b, c : I.A.C.

De igual forma se aplica la técnica estadística chi-cuadrado con el objeto de determinar alguna posible diferencia en este criterio entre estudiantes universitarios menores de edad y los que poseen la mayoría de edad.

Para lo cual se establecen las hipótesis:

Ho = Mayores y menores de edad comparten el mismo criterio.

Ha = No comparten el mismo criterio.

• **Frecuencias observadas**

Cuadro 6. Frecuencias observadas en los individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

	Menores de edad	Mayores de edad	TOTAL
I.A.N.C.	3 (8,8%)	11 (3,8%)	14
I.A.C.	29 (85,3%)	274 (95,5%)	303
NS / NR	2 (5,9%)	2 (0,7%)	4
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>287</b>	<b>321</b>

• **Frecuencias esperadas Bajo Ho:**

Cálculos :

Cuadro 7. Frecuencias observadas en la muestra con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

$o_i$	$TOTAL_{1i} * TOTAL_{2i} / TOTAL$	$e_i$
3	$34 * 14 / 321$	1,48
11	$287 * 14 / 321$	12,52
29	$34 * 303 / 321$	32,10
274	$287 * 303 / 321$	270,90
2	$34 * 4 / 321$	0,42
2	$287 * 4 / 321$	3,58

	Menores de edad	Mayores de edad	TOTAL
I.A.N.C.	1,48	12,52	14
I.A.C.	32,10	270,90	303
NS / NR	0,42	3,58	4
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>287</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$X^2 = \frac{(3-1,48)^2}{1,48} + \frac{(11-12,52)^2}{12,52} + \frac{(29-32,10)^2}{32,10} + \frac{(274-270,90)^2}{270,90} + \frac{(2-0,42)^2}{0,42} + \frac{(2-3,58)^2}{3,58}$$

$$X^2_{\text{cal}} = 4,36$$

Ahora se procede a establecer el chi-cuadrado ( $X^2$ ) tabulado para una confiabilidad del 95% y grados de libertad

$$(3 - 1) (2 - 1) = 2$$

Debido a que  $X^2_{0,95} = 5,99$  para 2 grados de libertad y que por lo tanto  $X^2 = 4,36 < 5,99$ , se deduce que los resultados no son significativos al nivel de 0,05.

No se está en condiciones de rechazar  $H_0$  a este nivel; y se concluye que en la opinión entre Menores de edad y Mayores de edad respecto a lo que creen en materia de consumo o no consumo de alcohol presenta un comportamiento semejante. Es decir, tanto en unos como en otros la mayoría (90%) presenta una actitud consumidora.

**Facultad**

**Cuadro 3.** Frecuencias observadas en los Individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

	D	Y	B.P.	C.S.	TOTAL
Nunca las debe consumir (a)	11	3	0	0	14
Las puede consumir siempre con moderación (b)	148	80	13	10	251
Las puede consumir siempre que lo desee (c)	41	11	0	0	52
NS / NR	2	0	2	0	4
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>94</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>321</b>

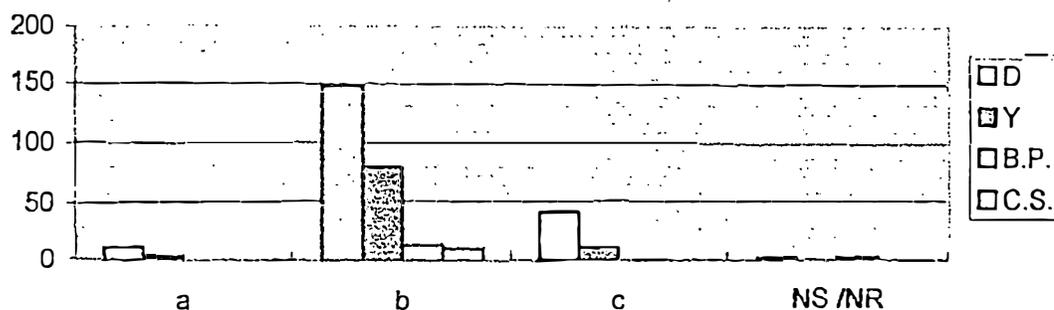


Figura 4. Estadísticas de los estudiantes de Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Aplicamos la misma clasificación de grupos, quedando de la siguiente forma:

Cuadro 9. Estadísticas de los estudiantes de Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

	D	Y	B.P.	C.S.	TOTAL
I.A.N.C.	11 (5,4%)	3 (3,2%)	0 (0%)	0 (0%)	14
I.A.C.	189 (93,6%)	91 (96,8%)	13 (86,7%)	10 (100%)	251
NS / NR	2 (1%)	0 (0%)	2 (13,3%)	0 (0%)	4
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>94</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>321</b>

Ho = Los estudiantes encuestados pertenecientes a las facultades de Derecho, Psicología, Básica Primaria y Ciencias Sociales presentan un comportamiento semejante ante una actitud de consumo de alcohol.

Ha = Presentan un comportamiento distinto.

Se aplica chi-cuadrado y se procede a calcular las frecuencias esperadas bajo las hipótesis planteadas. Tomando como frecuencias observadas las del cuadro anterior.

• **Frecuencias esperadas bajo Ho:**

Cuadro 10. Estadísticas de las facultades de Derecho, psicología, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica según los individuos con actitud no consumidora con respecto a los estudiantes universitarios y el consumo de alcohol.

Cuadro 10. Estadísticas de las facultades de Derecho, psicología, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica según los individuos con actitud no consumidora con respecto a los estudiantes universitarios y el consumo de alcohol.

	D	Y	B.P.	C.S.	TOTAL
I.A.N.C.	8,81	4,10	0,65	0,44	14
I.A.C.	190,67	88,73	14,16	9,44	251
NS / NR	2,52	1,17	0,19	0,13	4
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>94</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(11-8,81)^2}{8,81} + \frac{(3-4,1)^2}{4,1} + \frac{(0-0,65)^2}{0,65} + \frac{(0-0,44)^2}{0,44} \\
 & + \frac{(189-190,67)^2}{190,67} + \frac{(91-88,73)^2}{88,73} + \frac{(13-14,16)^2}{14,16} + \frac{(10-9,44)^2}{9,44} \\
 & + \frac{(2-2,52)^2}{2,52} + \frac{(0-1,17)^2}{1,17} + \frac{(2-0,19)^2}{0,19} + \frac{(0-0,13)^2}{0,13}
 \end{aligned}$$

$$X^2_{\text{Cal}} = 20,78$$

Para  $v = (3 - 1) (4 - 1) = 6$  y confiabilidad = 95%,  $X^2_{\text{Tab}} = 12,6$ .

Por lo tanto  $X^2_{\text{Cal}} > X^2_{\text{Tab}}$ . Y se puede concluir que el comportamiento en las proporciones entre los estudiantes pertenecientes a cada una de las facultades encuestadas difiere. No obstante, se puede analizar que esta inferencia es marcada en el hermetismo de la facultad de Básica Primaria ante la temática. También se puede observar como esta facultad presenta una menor proporción de individuos con actitud de

consumo y los encuestados en Ciencias Sociales presentan la mayor proporción de I.A.C.

### 7. con respecto al consumo de bebidas alcohólicas

#### • Sexo

Cuadro 11. Estadística de la frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según el sexo en los sujetos de las muestras

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Tomé la semana pasada (a)	78	52	130
Tomé el mes anterior (b)	49	60	109
Tomé durante los últimos 12 meses (c)	13	15	28
Hace un año o más no tomo (d)	18	21	39
Las probé sólo una vez (e)	5	2	7
Nunca lo he hecho (f)	2	1	3
NS / NR	5	0	5
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

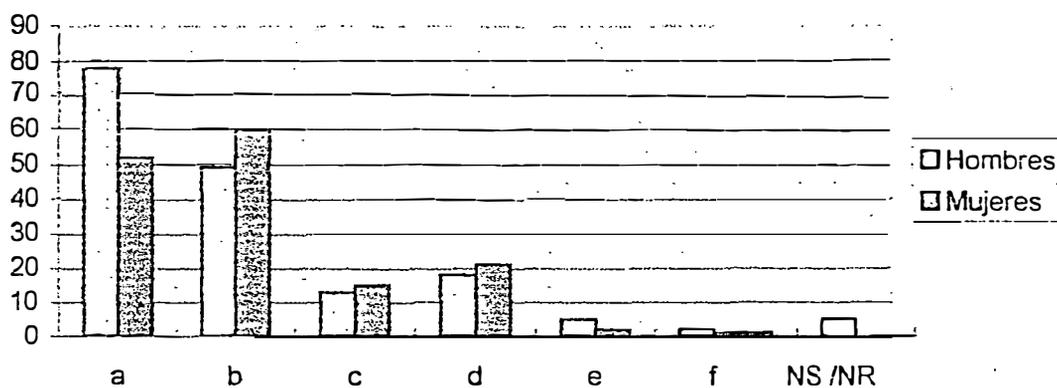


Figura 6. Estadística de la frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según el sexo en los sujetos de las muestras

En esta pregunta también se han establecido dos grupos:

a, b, c y d : Individuos Consumidores (I.C.)

e y f : Individuos no consumidores (I.N.C.).

Aplicamos chi-cuadrado y procedemos a averiguar si la proporción entre hombres y mujeres respecto al consumo de alcohol presenta el mismo o diferente comportamiento.

Para dicho estudio establecemos las siguientes hipótesis:

$H_0$  = La proporción entre hombres y mujeres en materia de consumo de alcohol es la misma.

$H_a$  = La proporción no es la misma.

• Frecuencias observadas con respecto al consumo de Alcohol y al sexo:

Cuadro 12. Estadística con respecto al consumo de las bebidas alcohólicas según individuos consumidores e individuos no consumidores.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.C.	158	148	306
I.N.C.	7	3	10
NS / NR	5	0	5
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

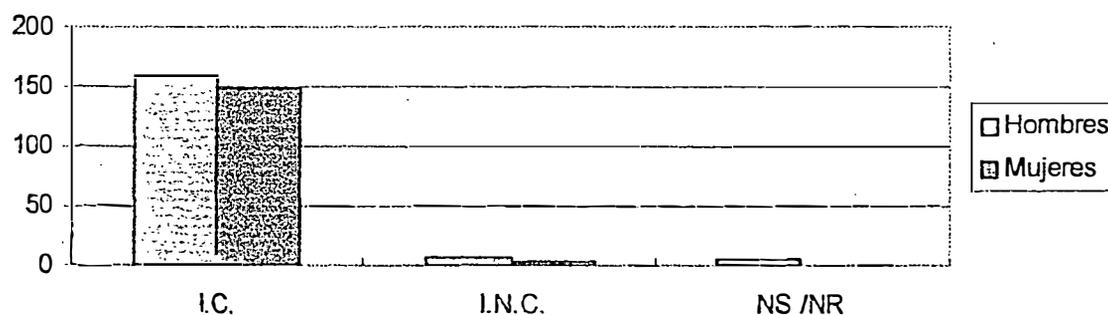


Figura. 7. Estadística con respecto al consumo de las bebidas alcohólicas según individuos consumidores e individuos no consumidores.

Frecuencias esperadas bajo  $H_0$ :

Cálculos :

Cuadro 13. Frecuencias esperadas de individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de alcohol de los sujetos escogidos en la muestra.

$O_i$	TOTAL $1i * TOTAL 2i / TOTAL$	$e_i$
158	$170 * 306 / 321$	162,06
148	$151 * 306 / 321$	143,94
7	$170 * 10 / 321$	5,30
3	$151 * 10 / 321$	4,70
5	$170 * 5 / 321$	2,65
0	$151 * 5 / 321$	2,35

Cuadro 14. Estadística del individuos no consumidores e individuos consumidores según el sexo con los estudiantes escogidos en la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.C.	162,06	143,94	306
I.N.C.	5,30	4,70	10
NS / NR	2,65	2,35	5
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$X^2 = \frac{(158 - 162,06)^2}{162,06} + \frac{(148 - 143,94)^2}{143,94} + \frac{(7 - 5,3)^2}{5,3} + \frac{(3 - 4,7)^2}{4,7}$$

$$+ \frac{(5-2,65)^2}{2,65} + \frac{(0-2,35)^2}{2,35}$$

$$X^2_{\text{cal}} = 5,81$$

Se procede a determinar el  $X^2$  tabulado para una confiabilidad del 95% y grado de libertad =  $(3 - 1) (2 - 1) = 2$ .

Por lo tanto como  $X^2_{0,95} = 5,99 > 5,81$  no se está en la condición de rechazar  $H_0$ . De manera tal que en lo que respecta al consumo de alcohol tanto hombres como mujeres comparten los mismos puntos de vista.

#### • CONSUMO DE ALCOHOL CON RESPECTO A LA EDAD

Cuadro 15. Estadísticas de frecuencias del consumo de bebidas alcohólicas porcentajes mayores y menores de 18 años.

	Menores edad	de Mayores edad	de TOTAL
Tomé la semana pasada (a)	15	115	130
Tomé el mes anterior (b)	10	99	109
Tomé durante los últimos 12 meses (c)	4	23	28
Hace un año o más no tomo (d)	1	38	39
Las probé sólo una vez (e)	1	6	7
Nunca lo he hecho (f)	2	1	3
NS / NR	1	5	6
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

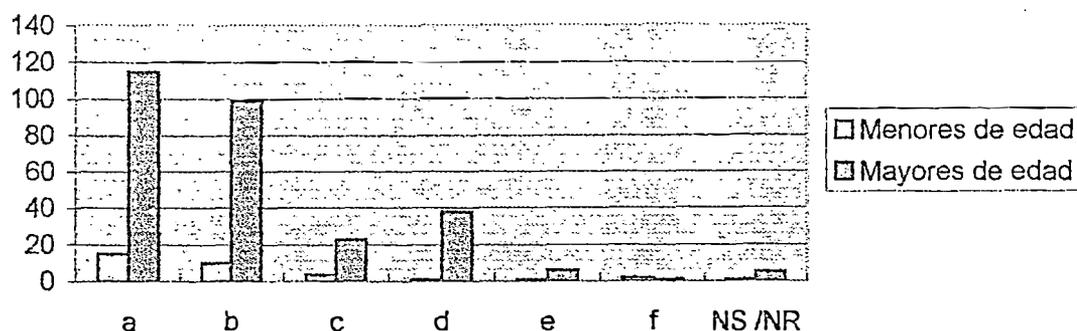


Figura 8. Estadísticas de frecuencias del consumo de bebidas alcohólicas porcentajes mayores y menores de 18 años.

Utilizamos la misma clasificación en dos grupos:

a, b, c y d : Individuos Consumidores (I.C.).

e y f : Individuos No Consumidores (I.N.C.).

Se aplica chi-cuadrado a fin de determinar alguna discrepancia entre mayores y menores de edad en cuanto a consumo de alcohol se refiere.

$H_0$  = Menores y mayores de edad muestran la misma proporción en el consumo de alcohol.

$H_a$  = Muestran diferente comportamiento.

• **Frecuencias observadas con respecto a la Edad observadas:**

Cuadro 16. Estadísticas del individuos consumidores e individuos no consumidores según la edad.

	Menores de edad	Mayores de edad	TOTAL
I.C.	30	275	305
I.N.C.	3	7	10
NS / NR	1	5	6
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>287</b>	<b>321</b>

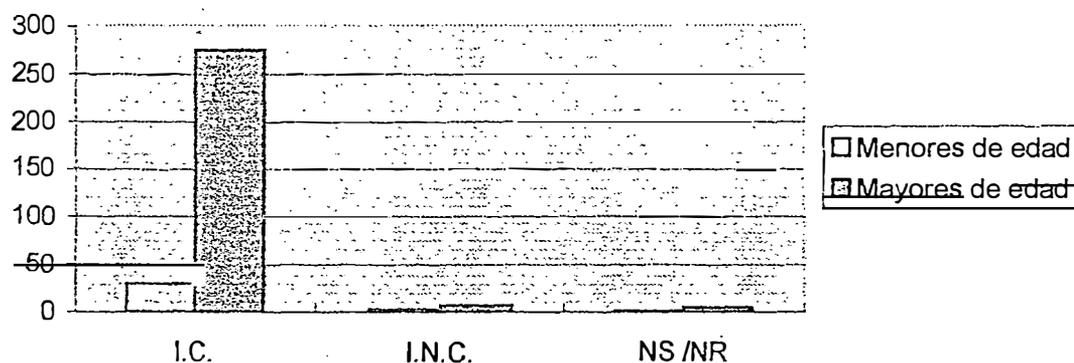


Figura 9. Estadísticas del Individuos consumidores e individuos no consumidores según la edad.

### Frecuencias esperadas bajo $H_0$ :

Cálculos :

Cuadro 17. Frecuencia esperada con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en individuos consumidores e individuos no consumidores. según la edad de los sujetos en la muestra.

$o_i$	$TOTAL_{1i} * TOTAL_{2i} / TOTAL$	$e_i$
30	$34 * 305 / 321$	32,31
275	$287 * 305 / 321$	272,69
3	$34 * 10 / 321$	1,06
7	$287 * 10 / 321$	8,94
1	$34 * 6 / 321$	0,64
5	$287 * 6 / 321$	5,36

Cuadro 18. Estadísticas de consumo de alcohol en individuos consumidores e individuos no consumidores según la edad de los sujetos escogidos.

	Menores de edad	Mayores de edad	TOTAL
I.C.	32,31	272,69	305
I.N.C.	1,06	8,94	10
NS / NR	0,64	5,36	6
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>287</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$X^2 = \frac{(30-32,21)^2}{32,21} + \frac{(275-272,69)^2}{272,69} + \frac{(3-1,06)^2}{1,06} + \frac{(7-8,94)^2}{8,94} + \frac{(1-0,64)^2}{0,64} + \frac{(5-5,36)^2}{5,36}$$

$$X^2_{\text{Cal}} = 4,37 \text{ (Calculado)}$$

Se procede a hallar chi-cuadrado tabulado para 2 grados de libertad y un 95% de confiabilidad.

$$X^2 = 5,99 \text{ (Tabulado)} \text{ y como } X^2_{\text{Cal}} = 4,37 < X^2_{\text{Tab}} = 5,99.$$

No se está en condiciones de rechazar  $H_0$ , lo cual quiere decir que los estudiantes universitarios menores y mayores de edad presentan el mismo comportamiento respecto al consumo de alcohol.

• Facultad

Cuadro 19. Frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

	D	Y	B.P.	C.S.	TOTAL
a	94	31	3	2	130
b	56	39	8	6	109
c	17	8	1	2	28
d	28	9	2	0	39
e	5	2	0	0	7
f	1	2	0	0	3
NS /NR	1	3	1	0	5
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>94</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>321</b>

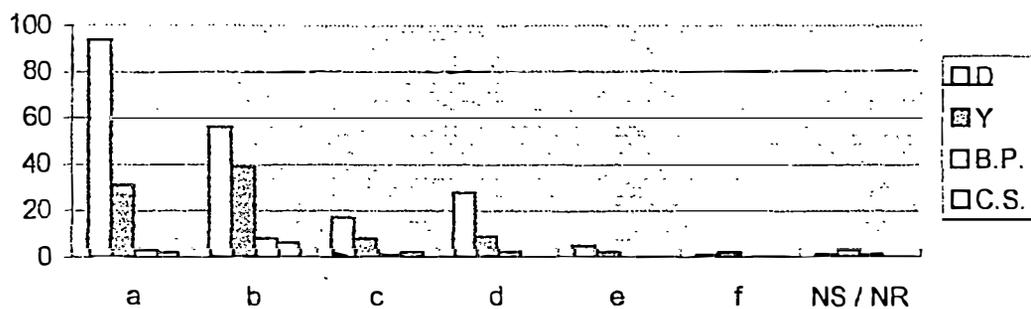


Figura 10. Frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

Se procede a trabajar con chi-cuadrado y se plantean las hipótesis:

Ho = Los estudiantes encuestados pertenecientes a las facultades de Derecho, Psicología, Básica Primaria y Ciencias Sociales presentan un comportamiento semejante en cuanto al consumo de alcohol.

Ha = Presentan un comportamiento distinto.

• **Frecuencias observadas:**

Cuadro 20. Porcentajes de la frecuencia de individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

	D	Y	B.P.	C.S.	TOTAL
I.C.	195(96,5%)	87 (92,6%)	14 (93,3%)	10 (100%)	306
I.N.C.	6 (3%)	(4,3%)	0 (0%)	0 (0%)	10
NS /NR	1 (0,5%)	(3,1%)	1 (6,7%)	0 (0%)	5
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>94</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>321</b>

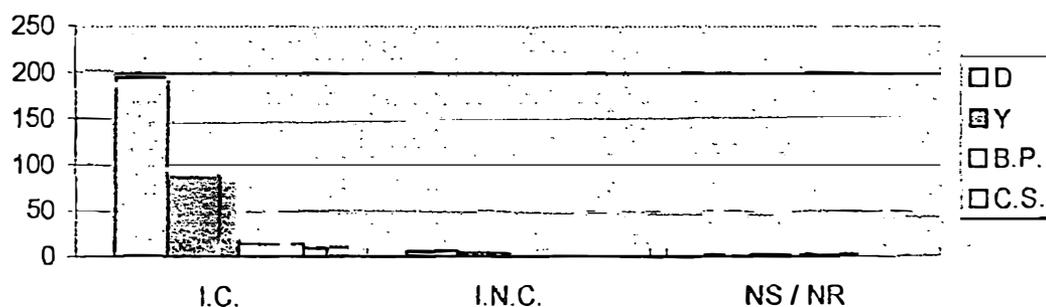


Figura 11. Porcentajes de la frecuencia de individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

### Frecuencias esperadas bajo Ho:

Cuadro 21. Frecuencia esperada según individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de bebidas alcohólicas según facultades.

	D	Y	B.P.	C.S.	TOTAL
I.C.	192,56	89,61	14,30	9,53	306
I.N.C.	6,29	2,93	0,47	0,31	10
NS /NR	3,15	1,46	0,23	0,16	5
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>94</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(195-192,56)^2}{192,56} + \frac{(87-89,61)^2}{89,61} + \frac{(14-14,30)^2}{14,30} + \frac{(10-9,53)^2}{9,53} \\
 & + \frac{(6-6,29)^2}{6,29} + \frac{(4-2,93)^2}{2,93} + \frac{(0-0,47)^2}{0,47} + \frac{(0-0,91)^2}{0,91} \\
 & + \frac{(1-3,15)^2}{3,15} + \frac{(3-1,46)^2}{1,46} + \frac{(1-0,23)^2}{0,23} + \frac{(0-0,16)^2}{0,16}
 \end{aligned}$$

$$X^2_{\text{cal}} = 7,15$$

Para  $v = (3 - 1) (4 - 1) = 6$  y confiabilidad del 95%, el  $X^2_{\text{Tab}} = 12,6$ .

Como  $X^2_{\text{cal}} < X^2_{\text{Tab}}$  no se está en condiciones de rechazar Ho. Por lo tanto se llega a la conclusión que el comportamiento de las proporciones entre las facultades encuestadas (Derecho, Psicología, Básica Primaria y Ciencias Sociales) es semejante. Es decir, que los estudiantes encuestados pertenecientes a estas

facultades comparten el mismo criterio en cuanto al consumo de alcohol.

**Alcohol: prevalencias lápsica, último año y último mes x 100**

Cuadro 22. Prevalencia lápsica entre el último año y el último mes con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en Barranquilla y en Colombia.

Prevalencia	Barranquilla		Colombia Alejo (1995)
	(A)	(B)	
Hombres – Lápsica (toda la vida) x100 hab.	95.2	95.9	91.32
Hombres – Ultimo año x 100 hab.	88.7	82.4	80.57
Hombres – Ultimo mes x 100 hab.	87.1	74.7	62.95
Mujeres – Lápsica (toda la vida) x100 hab.	88.2	99,3	76.41
Mujeres – Ultimo año x 100 hab.	57.3	84,0	60.49
Mujeres – Ultimo mes x 100 hab.	47.3	74.0	45.47

A= estudio piloto B= esta muestra

**EDAD PRIMERA VEZ DE CONSUMO DE ALCOHOL**

• **PROMEDIO DE EDAD**

Hombres → 15 años

Mujeres → 16 años

**9 - 12. test cage total**

Puntaje Total:

Cuadro 23. Cuadro de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol en los estudiantes.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
4	7	3	10
3	11	5	16
2	31	11	42
1	50	27	77
0	71	105	176
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Significado :

4 : Posible problema de alcoholismo.

3 : Posible problema de alcoholismo.

2 : Alto riesgo de alcoholismo.

1 : No tiene problema de alcoholismo.

0 : No tiene problema de alcoholismo.

Los resultados de las preguntas 9 a la 12 se clasificarán en 3 grupos :

4 y 3 → Posible Problema de Alcoholismo = P.P.A.

2 → Alto Riesgo de Alcoholismo = A.R.A.

1 y 0 → No Tiene Problema de Alcoholismo = N.T.P.A.

Se recurre a la técnica chi-cuadrado, para la cual se establecen las siguientes hipótesis:

$H_0$  = Hombres y mujeres presentan el mismo comportamiento en cuanto al problema del alcoholismo.

Ha = Presentan diferente comportamiento.

• **Frecuencias observadas:**

Cuadro 24. Frecuencias en porcentajes del panorama de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
P.P.A.	18 (10,6%)	8 (5,3%)	26
A.R.A.	31 (18,2%)	11 (7,3%)	42
N.T.P.A.	121 (71,2%)	132 (87,4%)	253
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

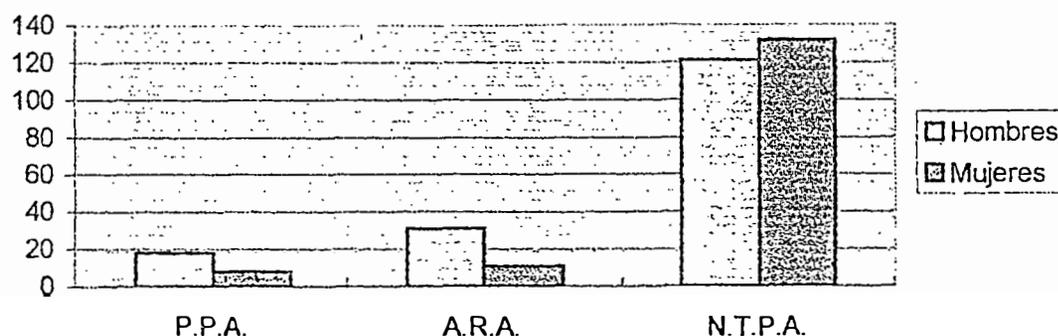


Figura 12. Frecuencias en porcentajes del panorama de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol

*Nota:* Observándose como los hombres presentan una mayor proporción en cuanto a P.P.A. y A.R.A.; y las mujeres por su parte presentan una mayor proporción en cuanto al N.T.P.A.

• **Frecuencias esperadas bajo  $H_0$ :**

Cálculos :

Cuadro 25. Frecuencias esperadas con respecto al panorama de riesgo, según el sexo, con respecto al consumo de alcohol .

$o_i$	TOTAL $11 * TOTAL_{21} / TOTAL$	$e_i$
18	$170 * 26 / 321$	13,77
8	$151 * 26 / 321$	12,23
31	$170 * 42 / 321$	22,24
11	$151 * 42 / 321$	19,76
121	$170 * 253 / 321$	133,99
132	$151 * 253 / 321$	119,01

Cuadro 26. Frecuencia del panorama de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
P.P.A.	13,77	12,23	26
A.R.A.	22,24	19,76	42
N.T.P.A.	133,99	119,01	253
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$X^2 = \frac{(18-13,77)^2}{13,77} + \frac{(8-12,23)^2}{12,23} + \frac{(31-22,24)^2}{22,24} + \frac{(11-19,76)^2}{19,76} \\ + \frac{(121-133,99)^2}{133,99} + \frac{(132-119,01)^2}{119,01}$$

$X^2_{cal} = 12,77$  (Calculado)

Y el chi-cuadrado para una confiabilidad del 95% y 2 grados de libertad es de 5,99 ( $X^2_{Tab}$ ). Por lo tanto, como  $X^2_{cal} = 12,77 > X^2_{Tab} = 5,99$ , se está en la condición de rechazar  $H_0$ . Se dice

entonces que en cuanto al problema del alcoholismo los hombres y mujeres encuestados (Estudiantes Universitarios) difieren en sus criterios, es decir sus proporciones presentan un comportamiento distinto.

Observándose como los hombres presentan una mayor proporción en cuanto a P.P.A. y A.R.A; y las mujeres por su parte presentan una mayor proporción en cuanto al N.T.P.A.

## 12. MARIHUANA

### 12.1. CON RESPECTO A LA ACTITUD FRENTE A LA MARIHUANA

#### • Sexo

Cuadro 27. Cuadro estadístico según el sexo con respecto a la actitud frente a la marihuana.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
a	137	144	281
b	17	4	21
c	13	3	16
NS /NR	3	0	3
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

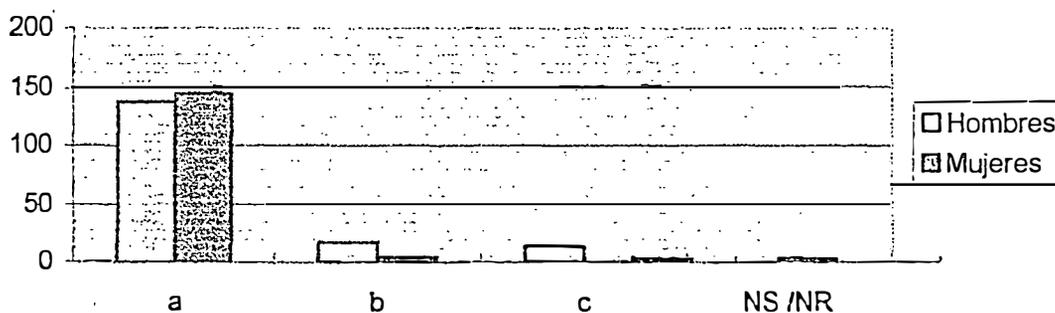


Figura 13. Cuadro estadístico según el sexo con respecto a la actitud frente a la marihuana.

Hacemos dos clasificaciones:

a : Individuos de Actitud no consumidora (I.A.N.C).

b y c : Individuos de Actitud Consumidora (I.A.C.).

Aplicamos chi-cuadrado y determinamos las hipótesis.

Ho = La actitud de consumo entre mujeres y hombres presenta una proporción semejante.

Ha = Presenta una proporción diferente.

• **Frecuencias observadas:**

Figura 28. Cuadro de frecuencia según el sexo con respecto a la actitud frente a la marihuana.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL <sub>2</sub>
I.A.N.C.	137	144	281
I.A.C.	30	7	4237
NS / NR	3	0	2533
TOTAL <sub>1</sub>	170	151	321

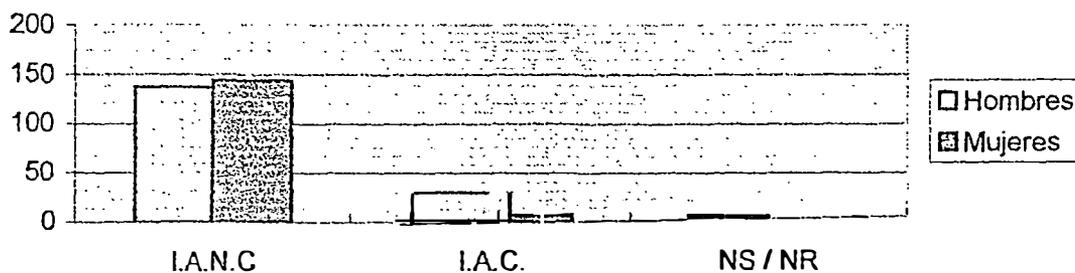


Figura 14. Frecuencias esperadas de individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de alcohol de los sujetos escogidos en la muestra.

**Frecuencias esperadas bajo Ho:**

Cálculos :

Cuadro 29. Frecuencias esperada con respecto al consumo de marihuana en los sujetos de la muestra.

$o_i$	$TOTAL_{1i} * TOTAL_{2i} / TOTAL$	$e_i$
137	$170 * 281 / 321$	148,82
144	$151 * 281 / 321$	132,18
30	$170 * 37 / 321$	19,60
7	$151 * 37 / 321$	17,40
3	$170 * 3 / 321$	1,59
0	$151 * 3 / 321$	1,41

Cuadro 30. Estadísticas con respecto al consumo de marihuana en individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora según el sexo.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL <sub>2</sub>
I.A.N.C.	148,82	132,18	281
I.A.C.	19,60	17,40	37
NS /NR	1,59	1,41	3
TOTAL <sub>1</sub>	170	151	321

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2_{Cal} &= \frac{(137-148,82)^2}{148,82} + \frac{(144-132,18)^2}{132,18} + \frac{(30-19,60)^2}{19,60} + \frac{(7-17,40)^2}{17,40} \\
 &+ \frac{(3-1,59)^2}{1,59} + \frac{(0-1,41)^2}{1,41}
 \end{aligned}$$

$X^2_{Cal} = 16,39$  (Calculado)

Y para una confiabilidad = 95% y  $\nu = 2$  el  $X^2_{Tab} = 5,99$ ; por lo tanto  $X^2_{Cal} > X^2_{Tab}$ .

De esta manera se rechaza  $H_0$  y toda posibilidad que tanto hombres como mujeres presentan un comportamiento semejante en cuanto a la actitud de consumo. Antes por el contrario, se puede observar como el  $X^2_{cal}$  es mucho mayor que el  $X^2_{Tab}$ . Lo cual significa que entre hombres y mujeres existe una considerable diferencia en cuanto a lo que podrían pensar ante el consumo de alcohol; siendo los hombres los que presentan una mayor proporción ante una actitud de consumo y las mujeres una mayor proporción ante una actitud de no consumo.

## 12.2. CON RESPECTO AL CONSUMO DE MARIHUANA

### ◦ SEXO

Cuadro 31. Estadística con respecto a la frecuencia del consumo de marihuana en los sujetos de la muestra según el sexo.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
a	4	2	6
b	2	0	2
c	2	0	2
d	6	0	6
e	18	3	21
f	135	145	280
NS /NR	3	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Los clasificamos en dos grupos:

a, b, c, d : Individuos Consumidores (I.C.).

e, f : Individuos No Consumidores (I.N.C.).

Se procede a calcular chi-cuadrado y se establecen las dos hipótesis :

Ho = Tanto hombres como mujeres presentan la misma proporción ante el problema del consumo.

Ha = No presentan la misma proporción.

◦ **Frecuencias observadas:**

Cuadro 31. Estadísticas con respecto a la frecuencia del consumo de marihuana según el sexo en individuos consumidores e individuos no consumidores en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.C.	14 (8,2%)	2 (1,3%)	16
I.N.C.	153 (90%)	148 (98%)	301
NS / NR	3 (1,8%)	1 (0,7%)	4
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

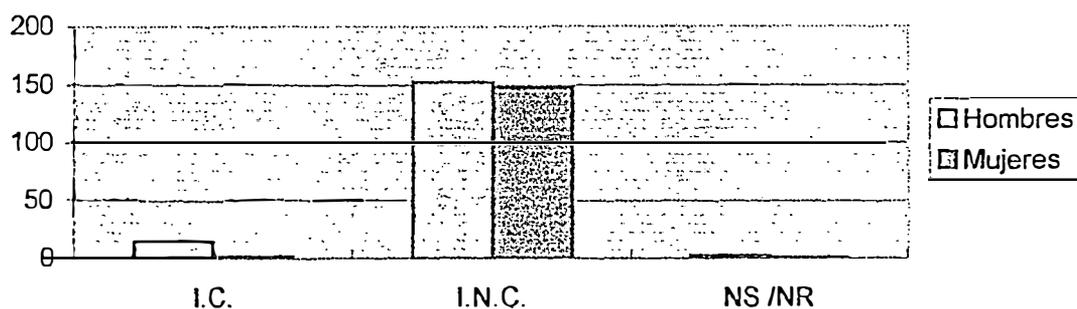


Figura 15. Estadísticas con respecto a la frecuencia del consumo de marihuana según el sexo en individuos consumidores e individuos no consumidores en los sujetos de la muestra.

**Frecuencias esperadas bajo Ho :**

Cuadro 33. Frecuencias esperadas con respecto al consumo de marihuana en individuos consumidores e individuos no consumidores según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.C.	8,47	7,53	16
I.N.C.	159,41	141,59	301
NS / NR	2,12	1,88	4
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2_{\text{Cal}} &= \frac{(14-8,47)^2}{8,47} + \frac{(2-7,53)^2}{7,53} + \frac{(153-159,41)^2}{159,41} + \frac{(148-141,59)^2}{141,59} \\
 &\quad + \frac{(3-2,12)^2}{2,12} + \frac{(1-1,88)^2}{1,88}
 \end{aligned}$$

$$X^2_{\text{Cal}} = 8,996 \sim 9 \text{ (Calculado)}$$

$$X^2_{\text{Tab}}; \nu = 2; \text{ Confiabilidad} = 95\%$$

$$X^2_{\text{Tab}} = 5,99 < X^2_{\text{Cal}} = 9$$

Como se observa, se tiene que rechazar  $H_0$  y se afirma que los hombres y mujeres encuestados presentan diferentes proporciones ante el problema de consumo de marihuana, es decir, que difieren en sus criterios. Siendo los hombres los que presentan una mayor proporción ante el consumo de marihuana y las mujeres una mayor proporción de no consumo.

#### **. EDAD PRIMERA VEZ DE CONSUMO DE MARIHUANA PROMEDIO.**

Hombres → 17 años

Mujeres → 16 años

## 13. COCAÍNA

### 13.1 CON RESPECTO A LA ACTITUD ANTE LA COCAÍNA

Cuadro 34. Estadísticas con respecto a la actitud del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
a	151	90	241
b	5	2	7
c	9	2	11
NS /NR	5	57	62
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

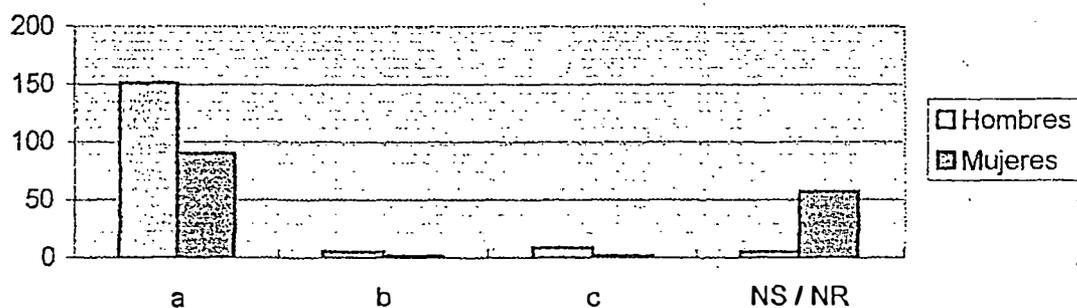


Figura 16. Estadísticas con respecto a la actitud del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra.

a : Individuos de Actitud No Consumidora (I.A.N.C.).

b, c : Individuos de Actitud Consumidora (I.A.C.).

Se aplica el procedimiento de chi-cuadrado y establecemos las hipótesis:

$H_0$  = Hombres y mujeres presentan proporciones semejantes.

Ha = Presentan proporciones diferentes.

**Frecuencia observada:**

Cuadro 35. Porcentaje con respecto a la actitud del consumo de cocaína de individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora según el sexo de los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL <sub>2</sub>
I.A.N.C.	151 (88,8%)	90 (59,6%)	241
I.A.C.	14 (8,2%)	4 (2,7%)	18
NS /NR	5 (3%)	57 (37,7%)	62
<b>TOTAL<sub>1</sub></b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

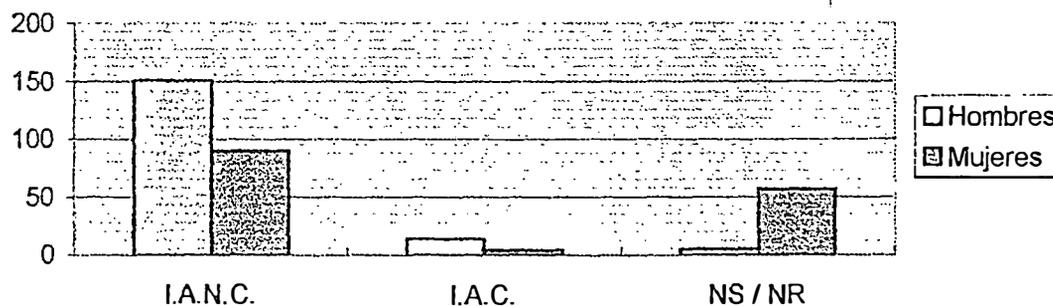


Figura 17. Porcentaje con respecto a la actitud del consumo de cocaína de individuos con actitud no consumidora e Individuos con actitud consumidora según el sexo de los sujetos de la muestra.

### Frecuencias esperadas bajo Ho:

Cuadro 36. Frecuencias esperadas de individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora según el sexo con respecto a la actitud del consumo de la cocaína en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL2
I.A.N.C.	127,63	113,38	241
I.A.C.	9,53	8,47	18
NS /NR	32,83	29,17	62
TOTAL1	170	151	321

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2_{\text{Cal}} &= \frac{(151-127,63)^2}{127,63} + \frac{(90-113,38)^2}{113,38} + \frac{(14-9,53)^2}{9,53} + \frac{(4-8,47)^2}{8,47} \\
 &+ \frac{(5-32,83)^2}{32,83} + \frac{(57-29,17)^2}{29,17}
 \end{aligned}$$

$$X^2_{\text{Cal}} = 63,70 \text{ (Calculado)}$$

$$X^2_{\text{Tab}} = 5,99.$$

Por lo que  $X^2_{\text{Cal}} > X^2_{\text{Tab}}$  se rechaza  $H_0$  y se concluye que el comportamiento en las proporciones entre los hombres y mujeres es diferente, o mejor se diría, muy diferente, ya que  $X^2_{\text{Cal}}$  es muchísimo mayor que  $X^2_{\text{Tab}}$ . Sin embargo, se observa desde el punto de vista gráfico que esta variación se da básicamente en el elevado hermetismo de las mujeres ante el tema de la cocaína, ya que tanto hombres como mujeres presentan un comportamiento semejante frente a los I.A.N.C. y los I.A.C.

### 13.2 CON RESPECTO AL CONSUMO DE COCAÍNA

#### • SEXO

Cuadro 37. Estadística con respecto a la frecuencia del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
A	1	14	15
B	4	19	23
C	2	5	7
D	7	19	26
E	9	0	9
F	142	92	234
NS /NR	5	2	7
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

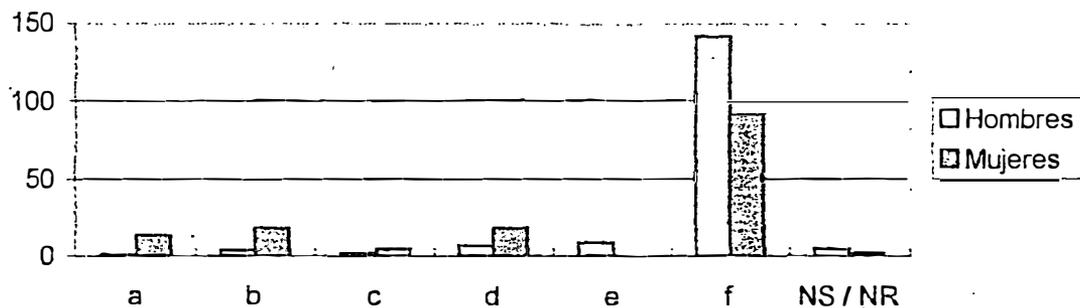


Figura 18. Estadística con respecto a la frecuencia del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra.

a, b, c, d : Individuos Consumidores (I.C.).

e, f : Individuos No Consumidores (I.N.C.).

Ho = Proporciones semejantes entre hombres y mujeres ante el consumo de cocaína.

Ha = Proporciones diferentes.

• Frecuencias observadas:

Cuadro 38. Estadística de individuos consumidores. e individuos no consumidores según el sexo con respecto al consumo de cocaína en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.C.	14 (8,2%)	57 (37,7%)	71
I.N.C.	151 (88,8%)	92 (60,9%)	243
NS / NR	5 (3%)	2 (1,4%)	7
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

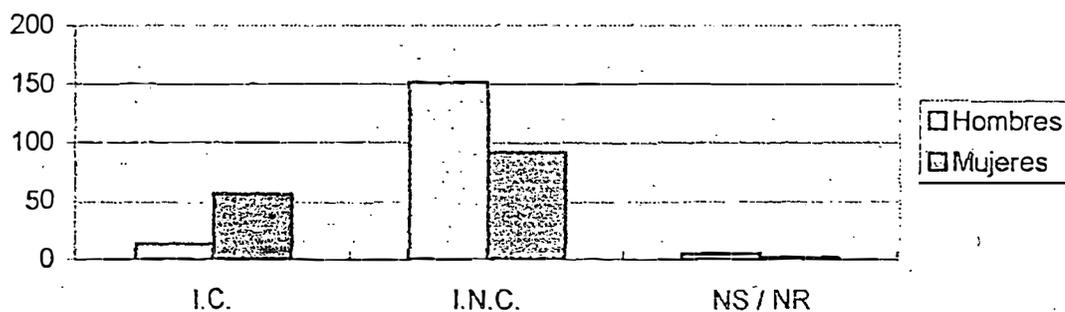


Figura 19. Estadística de individuos consumidores. e individuos no consumidores según el sexo con respecto al consumo de cocaína en los sujetos de la muestra.

Frecuencias esperadas bajo  $H_0$  :

Cuadro 39. Estadísticas de individuos consumidores e individuos no consumidores según el sexo correspondiente a la frecuencia del consumo de cocaína.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
I.C.	37,6	33,4	71
I.N.C.	128,7	114,3	243
NS / NR	3,7	3,3	7
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2_{\text{cal}} &= \frac{(14-37,6)^2}{37,6} + \frac{(57-33,4)^2}{33,4} + \frac{(151-128,7)^2}{128,7} + \frac{(92-114,3)^2}{114,3} \\
 &= \\
 &+ \frac{(5-3,7)^2}{3,7} + \frac{(2-3,3)^2}{3,3}
 \end{aligned}$$

$$X^2_{\text{cal}} = 40,67 \text{ (Calculado)}$$

$$X^2_{\text{Tab}} = 5,99.$$

$X^2_{\text{cal}} > X^2_{\text{Tab}}$ . Se está en condiciones de rechazar  $H_0$  y se puede observar qué tan mayor es  $X^2_{\text{cal}}$  de  $X^2_{\text{Tab}}$ . Por lo que existe una considerable diferencia en el comportamiento de las proporciones entre hombres y mujeres respecto al consumo de cocaína. Siendo las mujeres las que presentan una mayor proporción en cuanto al consumo de cocaína y los hombres una mayor proporción en cuanto al no consumo.

### 13.3. EDAD PRIMERA VEZ CONSUMO DE COCAÍNA

◦ promedio

Hombres → 20 años

Mujeres → 18 años

## 14. RELACIONES SEXUALES

### 14.1. CON RESPECTO A LA ACTITUD ANTE LAS RELACIONES SEXUALES

◦ sexo

Cuadro 40. Estadística con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Tuve en los últimos 30 días (a)	119	30	149
Tuve en el último año (b)	20	4	24
Lo hice hace más de un año (c)	13	16	29
Nunca lo he hecho (d)	11	53	64
NS / NR	7	48	55
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

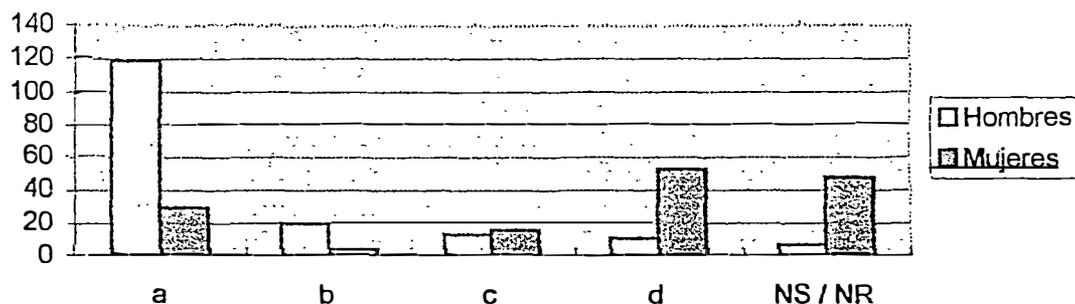


Figura 20. Estadística con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales según el sexo en los sujetos de la muestra.

Para dicha pregunta se ha establecido la siguiente clasificación:

**a, b : Vida Sexual Activa (V.S.A.).**

**c, d : Vida Sexual No Activa (V.S.N.A.).**

Se aplica chi-cuadrado bajo las siguientes hipótesis:

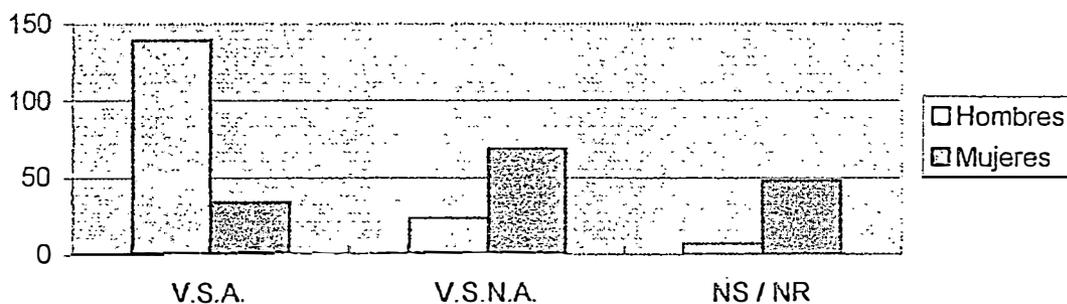
$H_0$  = El comportamiento de las proporciones en la actividad sexual entre hombres y mujeres es semejante.

$H_a$  = Es diferente.

• **Frecuencias observadas:**

Cuadro 41. Porcentajes con respecto a la frecuencia en las relaciones sexuales en individuos sexualmente activos y individuos sexualmente no activos según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
V.S.A.	139 (81,8%)	34 (22,5%)	173
V.S.N.A.	24 (14,1%)	69 (45,7%)	93
NS / NR	7 (4,1%)	48 (31,8%)	55
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>



Cuadro 21. Porcentajes con respecto a la frecuencia en las relaciones sexuales en individuos sexualmente activos y individuos sexualmente no activos según el sexo en los sujetos de la muestra.

• **Frecuencias esperadas bajo Ho:**

Cuadro 42. Estadísticas de las frecuencias esperadas con respecto a las relaciones sexuales en individuos sexualmente activos y individuos sexualmente no activos según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
V.S.A.	91,62	81,38	173
V.S.N.A.	49,25	43,75	93
NS / NR	29,13	25,87	55
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2_{\text{Cal}} &= \frac{(139-91,62)^2}{91,62} + \frac{(34-81,38)^2}{81,38} + \frac{(24-49,25)^2}{49,25} + \frac{(69-43,75)^2}{43,75} \\
 &+ \frac{(7-29,13)^2}{29,13} + \frac{(48-25,87)^2}{25,87}
 \end{aligned}$$

$$X^2_{\text{Cal}} = 115,35 \text{ (Calculado)}$$

$$X^2_{\text{Tab}} = 5,99.$$

Por lo cual se rechaza  $H_0$ , ya que  $X^2_{\text{Cal}} > X^2_{\text{Tab}}$ . Y en vista de la gran diferencia numérica existente, se puede concluir que existe una considerable diferencia en cuanto al tema de la actividad sexual entre hombres y mujeres. Siendo estas últimas las que presentan una mayor proporción a una vida sexual inactiva y al hermetismo que les produce el tema. Y los hombres, los que

presentan una mayor proporción en cuanto a una vida sexual activa.

#### 14.2. EDAD PRIMERA RELACIÓN SEXUAL

◦ promedio

Hombres → 15 años

Mujeres → 19 años

#### 14.3 RELACIONES SEXUALES BAJO EL EFECTO DEL ALCOHOL

◦ sexo

Cuadro 43. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Siempre (a)	5	29	34
Frecuentemente (b)	4	14	18
A veces (c)	87	53	140
Nunca (d)	63	52	115
NS /NR	11	3	14
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

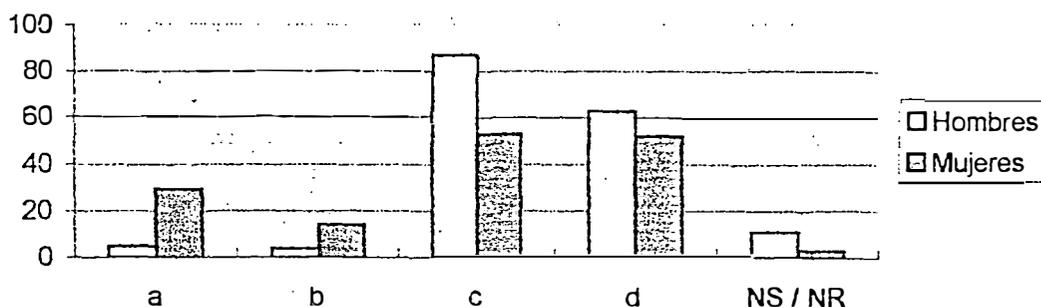


Figura 22. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el sexo en los sujetos de la muestra.

Se conformaron dos grupos:

a, b : Problema de Irresponsabilidad Sexual (P.I.S.).

c : Posible Problema de Irresponsabilidad Sexual (P.P.I.S.).

d : No Tiene Problema de Irresponsabilidad Sexual (N.P.I.S.).

Se procede aplicar chi-cuadrado y a plantear las hipótesis:

$H_0$  = El comportamiento del criterio entre hombres y mujeres es semejante.

$H_a$  = Es diferente.

◦ **Frecuencias observadas:**

Cuadro 44. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
P.I.S.	9 (5,3%)	43 (28,5%)	52
P.P.I.S.	87 (51,2%)	53 (35,1%)	140
N.P.I.S.	64 (37,1%)	52 (34,4%)	115
NS / NR	11 (6,4%)	3 (2%)	14
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

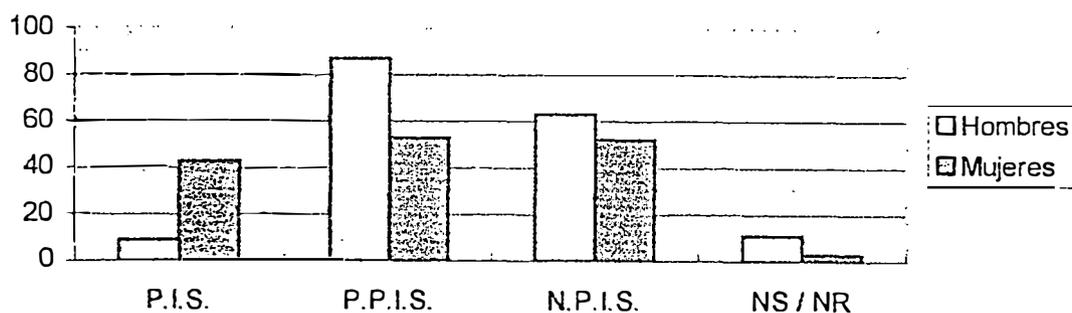


Figura 23. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el seco en los sujetos de la muestra.

• **Frecuencias esperadas bajo Ho:**

Cuadro 45. Estadísticas de la frecuencias esperadas con respecto a las relaciones sexuales en el efecto del alcohol en Problemas de irresponsabilidad sexual, posible problema de irresponsabilidad sexual, según el sexo en los sujetos de la muestra.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
P.I.S.	27,54	24,46	52
P.P.I.S.	74,14	65,86	140
N.P.I.S.	60,90	54,10	115
NS / NR	7,41	6,59	14
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$X^2_{\text{Cal}} = \frac{(9-27,54)^2}{27,54} + \frac{(43-24,46)^2}{24,46} + \frac{(87-74,14)^2}{74,14} + \frac{(53-65,86)^2}{65,86}$$

$$+ \frac{(63-60,9)^2}{60,9} + \frac{(52-54,1)^2}{54,1} + \frac{(11-7,41)^2}{7,41} + \frac{(3-6,59)^2}{6,59}$$

$X^2_{\text{Cal}} = 35,12$  (Calculado)

Para una confiabilidad del 95% y grados de libertad  $(4 - 1)(2 - 1) = 3$ ,  $X^2_{\text{Tab}} = 7,81$ .

Por lo cual se concluye que se está en condiciones de rechazar  $H_0$ , ya que el

$$X^2_{\text{Cal}} > X^2_{\text{Tab}}$$

Dicho resultado indica que hombres y mujeres presentan proporciones de comportamiento diferentes. Observándose como las mujeres presentan una mayor proporción en problemas de irresponsabilidad sexual al tener relaciones siempre o frecuentemente en estado ebrio. Y los hombres muestran una mayor proporción ante posibles problemas de irresponsabilidad sexual. En cuanto a no tener relaciones bajo el efecto del alcohol, tanto hombres como mujeres presentan casi el mismo comportamiento, estando los hombres un tanto por encima.

## 15. AUTOESTIMA

En la temática AUTOESTIMA se trabajó haciendo una codificación con base en la determinación de rangos:

Cuadro 46. Determinación del rango

PUNTAJE * No de pregunta	CÓDIGO
$5 * 6 = 30$	$= 24 \rightarrow 4$
$4 * 6 = 24$	$18 - 23 \rightarrow 3$
$3 * 6 = 18$	$12 - 17 \rightarrow 2$
$2 * 6 = 12$	$= 11 \rightarrow 1$
$1 * 6 = 6$	

Cuadro 47. Determinación del rango en el auto estima por sexo.

CÓDIGO	SIGNIFICADO	RANGO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1	Muy bajo autoestima	= 11	0	0	0
2	Bajo autoestima	12 - 17	3	0	3
3	Alto autoestima	18 - 23	14	7	21
4	Muy alto autoestima	= 24	148	102	250
NS / NR			5	42	47
<b>TOTAL</b>			<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Se establecen las hipótesis y se aplica chi-cuadrado tomando como frecuencias observadas las siguientes:

Cuadro 48. Frecuencia en porcentaje del auto estima determinada según el sexo.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Bajo autoestima	3 (1,8%)	0 (0%)	3
Alto autoestima	14 (8.2%)	7 (4,6%)	21
Muy alto autoestima	148 (87,1%)	102 (67,6%)	250
NS / NR	5 (2,9%)	42 (27,8%)	47
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

**Frecuencias esperadas:**

Cuadro 49. Frecuencia del autoestima determinada según el sexo.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Bajo autoestima	1,59	1,41	3
Alto autoestima	11,12	9,88	21
Muy alto autoestima	132,4	117,6	250
NS / NR	24,89	22,11	47
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2_{\text{Cal}} &= \frac{(3-1,59)^2}{1,59} + \frac{(0-1,41)^2}{1,41} + \frac{(14-11,12)^2}{11,12} + \frac{(7-9,88)^2}{9,88} \\
 &+ \frac{(148-132,4)^2}{132,4} + \frac{(102-117,6)^2}{117,6} + \frac{(5-24,89)^2}{24,89} + \frac{(42-22,11)^2}{22,11}
 \end{aligned}$$

$X^2_{\text{Cal}} = 41,94$  (Calculado).

Por lo que  $X^2_{Tab}$  para  $v = 3$  y confiabilidad = 95% es igual a 7,81y por lo que es mucho menor que el  $X^2_{Cal}$  se está en condición de rechazar  $H_0$  y de afirmar que las proporciones entre hombres y mujeres presentan un comportamiento diferente. Presentando los hombres una mayor proporción en cuanto a una actitud de muy alta autoestima y las mujeres una mayor proporción de hermetismo ante el tema. Además, se puede analizar como ninguna de las mujeres encuestadas presenta alguna actitud de baja autoestima.

Los resultados de las preguntas correspondientes a este tema también se promediaron y para ello se establecieron tres rangos:

RANGO	SIGNIFICADO
a. 1 - 2,4	Presenta actitud negativa ante la autoestima
b. 2,5 - 3,4	Indiferencia ante la autoestima
c. 3,5 - 5	Presenta actitud positiva ante la autoestima

Cuadro 50. Promedio del autoestima según el sexo.

### PROMEDIO

	HOMBRES	MUJERES
1. Yo estoy contento con mi forma de ser	4,7	4,8
2. Yo estoy contento con el cuerpo que tengo ahora	4,6	4,5
3. Yo estoy satisfecho conmigo mismo	4,7	4,7
4. Creo que soy una persona agradable para los demás	4,5	4,6
5. Los demás me tienen en cuenta y respetan mis ideas	4,5	4,7
6. Yo siento que todos me quieren	4,0	4,4

Se observa como tanto hombres como mujeres se encuentran en el rango *a*. Lo cual significa que tanto unos como otros (hombres y mujeres) muestran una opinión colectiva semejante hacia una actitud positiva frente a la autoestima.

### Puntaje promedio en autoestima con respecto al Alcohol

Cuadro 51. Puntaje promedio en autoestima con respecto al alcohol.

Sexo	Grupo consumidor	Grupo no consumidor
Masculino	22,15	22,16
Femenino	27,94	27,33

Se conformaron dos grupos: consumidores( respuestas a, b, c y d) y no consumidores (e y f).

Cuadro 52. Rango de la actitud machista según el sexo determinado en porcentaje.

### MACHISMO

PUNTAJE * No de pregunta	CÓDIGO
$5 * 22 = 110$	$= 88 \rightarrow 4$
$4 * 22 = 88$	$87 - 66 \rightarrow 3$
$3 * 22 = 66$	$65 - 44 \rightarrow 2$
$2 * 22 = 44$	$= 43 \rightarrow 1$
$1 * 22 = 22$	

CÓDIGO	SIGNIFICADO	RANGO	HOMBR ES	MUJERES	TOTAL
1	Muy bajo machismo	= 43	69(40,5 %)	86(57%)	155
2	Bajo machismo	44 - 65	75(44,1 %)	59(39,1%)	134
3	Alto machismo	66 - 87	23(13,6 %)	5(3,3%)	28
4	Muy alto machismo	= 88	3(1,8%)	1(0,6%)	4
<b>TOTAL</b>			<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

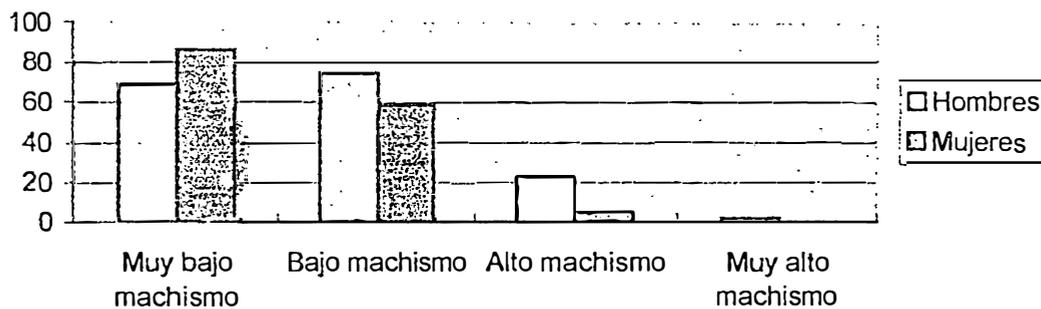


Figura 25. Rango de la actitud machista según el sexo determinado en porcentaje.

Se aplica la técnica chi-cuadrado y se procede a establecer las hipótesis y las frecuencias esperadas. Tomando como frecuencias observadas las del cuadro anterior.

• **Frecuencias esperadas** bajo  $H_0$ :

Cuadro 53. Rango de la actitud machista según el sexo.

CÓDIGO	SIGNIFICADO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1	Muy bajo machismo	82,09	72,91	155
2	Bajo machismo	70,97	63,03	134
3	Alto machismo	14,83	13,17	28
4	Muy alto machismo	2,12	1,88	4
<b>TOTAL</b>		<b>170</b>	<b>151</b>	<b>321</b>

Cálculo de  $X^2$  :

$$\begin{aligned}
 X^2_{\text{Cal}} &= \frac{(69-82,09)^2}{82,09} + \frac{(86-72,91)^2}{72,91} + \frac{(75-70,97)^2}{70,97} + \frac{(59-63,03)^2}{63,03} \\
 &+ \frac{(23-14,83)^2}{14,83} + \frac{(5-13,17)^2}{13,17} + \frac{(3-2,12)^2}{2,12} + \frac{(1-1,88)^2}{1,88}
 \end{aligned}$$

$X^2_{\text{Cal}} = 15,27$  (Calculado).

Para  $v = 3$  y confiabilidad = 95%,  $X^2_{\text{Tab}} = 7,81$ .

Como  $X^2_{\text{Cal}} > X^2_{\text{Tab}}$  se rechaza  $H_0$  y se afirma que existen diferencias en el comportamiento entre hombres y mujeres respecto al machismo. Presentando las mujeres una mayor proporción en cuanto a la ausencia de un comportamiento machista, en tanto los hombres una mayor proporción frente a una actitud machista.

De igual forma las preguntas correspondientes al tema del machismo se promediaron; y para lo cual se establecieron tres rangos:

RANGO	SIGNIFICADO
a. 1 - 2,4	No presenta actitud machista
b. 2,5 - 3,4	Indiferencia al machismo
c. 3,5 - 5	Presenta actitud machista

## PROMEDIO

Cuadro 54. Promedio por ítem de la actitud machista según el sexo.

	HOMBRES	MUJERES
1. La mujer sólo puede trabajar si su pareja se lo permite	2,8	1,92
2. Una mujer nunca debe ser jefe de un hombre	2,1	1,5
3. La mayor ofensa que se le puede infligir a un hombre es el ser engañado con su compañera con respecto a la virginidad	2,3	2,1
4. El hombre fue hecho para la calle y la mujer para la casa	2,4	2,4
5. Me gustan las mujeres que llegan vírgenes al matrimonio	2,2	1,4
6. Los hombres son mejores trabajadores porque saben manejar la autoridad	2,7	2,2
7. Me gusta la mujer que siempre está en su casa encargándose del hogar	2,5	1,6
8. Un hombre maduro es el que toma decisiones en una relación sin tener en cuenta a su pareja.	2,1	1,7
9. La mujer nunca puede decir que está cansada de realizar las labores domésticas, ya que esta es su obligación	1,7	1,4
10. El hombre es valiente y la mujer es débil	1,7	1,4
11. La ternura y la resignación son características innatas exclusivamente de la mujer	1,9	1,4
12. Las mujeres tienen suficiente inteligencia como para ser buenas ingenieras	1,9	2,2
13. Un hombre de verdad debe tomar alcohol con frecuencia	1,8	2,2
14. La mujer debe ser sexualmente pasiva y el hombre debe ser sexualmente activo	1,7	1,7

15. No me gustan las mujeres orgásmicas, ya que generalmente son infieles	2,0	1,4
16. La rudeza y la agresividad son características innatas, exclusivamente masculinas	2,1	2,1
17. Me agradan los hombres que tienen mayor libertad sexual que las mujeres	2,2	2,2
18. Me gusta la mujer obediente	2,8	2,2
19. Me gusta la mujer que realiza cualquier-tipo de trabajo	2,0	2,2
20. El hombre debe ser fiel a su compañera	2,7	2,3
21. Me agradan los hombres que frecuentan prostibulos	3,0	2,8
22. La mujer es capaz de mantener económicamente un hogar	2,1	2,1

Cuadro 55. Rango de la actitud machista según el sexo por número de preguntas.

<b>CÓDIGO DEL RANGO</b>	<b>HOMBRES (Pregunta #)</b>	<b>MUJERES (Pregunta #)</b>
a	2 - 5, 8 - 17, 19, 22	1, 10, 13 - 15, 21, 22
b	1, 6, 7, 18, 20, 21	2, 5, 7, 9, 11, 12, 16, 17, 19
c	6,8,18	20

De esta manera se puede observar como la opinión colectiva de las mujeres encuestadas presenta una actitud machista ante las afirmaciones expuestas en las preguntas 4, 6, 8, 18 y 20.

## 16. ACTITUD MACHISTA VS CONSUMO DE ALCOHOL

A continuación se aplicará la técnica del coeficiente de correlación para determinar que tanto están correlacionadas las variables machismo y alcohol, utilizando para ello la siguiente fórmula:

$$r = \frac{N S_{xy} - (S_x)(S_y)}{\sqrt{[N S_x^2 - (S_x)^2] [N S_y^2 - (S_y)^2]}} \quad , -1 = r = 1$$

En la variable ACTITUD MACHISTA se trabajó con los datos obtenidos a través de sus rangos. En tanto en la variable CONSUMO DE ALCOHOL (Pregunta 7), se trabajó con la misma codificación de la siguiente manera:

- a → Muy alto
- b → Alto
- c, d → Bajo
- e, f → Muy bajo

Quedando establecida la siguiente relación:

Cuadro 56. Relación entre actitud machista y consumo de alcohol.

	MUY BAJO	BAJO	ALTO	MUY ALTO
Actitud machista (x)	155	134	28	4
Consumo de alcohol (y)	10	67	109	130

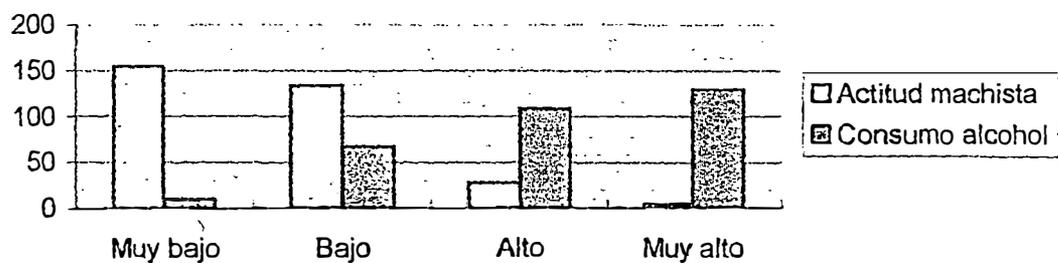


Figura 26. Relación entre actitud machista y consumo de alcohol.

x	y	x <sup>2</sup>	xy	y <sup>2</sup>
115	10	24 025	1 550	16 900
134	67	17 956	8 978	11 881
28	109	784	3 052	4 489
4	130	16	520	100
Sx = 321	Sy = 316	Sx <sup>2</sup> = 42 781	Sxy = 14 100	Sy <sup>2</sup> = 33 370

$$r = \frac{4 * 14\ 100 - 321 * 316}{\sqrt{[4 * 42781 - 321^2] [4 * 33370 - 316^2]}}, -1 = r = 1$$

$$r = -0,941$$

De esta manera se puede observar como existe una alta correlación lineal entre las variables ACTITUD MACHISTA y CONSUMO DE ALCOHOL. El coeficiente de correlación es negativo, por lo tanto la relación entre ambas variables es inversamente proporcional (ver gráfica anterior).

**Puntaje promedio en machismo**

Cuadro 57. Promedio entre la actitud machista y los grupos consumidores y no consumidores.

Sexo	Grupo consumidor	Grupo no consumidor
Masculino	49,54	50,64
Femenino	42,40	55,67

Se conformaron dos grupos: consumidores( respuestas a, b, c y d) y no consumidores (e y f).

## 17. CONSUMO DE ALCOHOL VS. AUTOESTIMA

Se aplica el mismo procedimiento anterior, utilizando las mismas herramientas estadísticas y estableciendo la siguiente relación:

Cuadro 58. Relación estadística entre en el consumo de alcohol y el autoestima.

	MUY BAJO	BAJO	ALTO	MUY ALTO
Consumo de alcohol (x)	10	67	109	130
Autoestima (y)	0	3	21	250



Figura 27. Relación estadística entre en el consumo de alcohol y el autoestima.

X	y	x <sup>2</sup>	xy	y <sup>2</sup>
10	0	100	0	0
67	3	4 489	201	9
109	21	11 881	2 289	441
130	250	16 900	32 500	62 500
Sx = 316	Sy = 274	Sx <sup>2</sup> = 33 370	Sxy = 34 990	Sy <sup>2</sup> = 62 950

$$r = \frac{4 * 34\,990 - 316 * 274}{\sqrt{[4 * 33\,370 - 316^2] [4 * 62\,950 - 274^2]}}, -1 = r = 1$$

$$r = 0,69$$

Se puede decir, teniendo en cuenta el coeficiente de correlación calculado, que existe una correlación lineal entre las variables en estudio. Es decir, que entre las variables CONSUMO DE ALCOHOL y AUTOESTIMA se presenta una relación directamente proporcional, debido a que el coeficiente ( $r$ ) dio positivo. Sin embargo esa relación existente entre las dos variables no es tan marcada, pues el coeficiente no tiende a 1. Además, esto se puede observar en la gráfica (ver gráfica anterior).

## 18. RELACION ENTRE CAGE Y MACHISMO

Cuadro 59. Relación entre Cage y machismo según el sexo.

9-12. TEST CAGE Y MACHISMO ALTO/BAJO:									
		Hombres Alto*		Hombres Bajo*		Mujeres Alto*		Mujeres Bajo*	
Puntaje total	4	0	3	2,1%	2	7,7%	5	3,5%	
	3	0	5	3,5%	1	3,8%	10	6,9%	
	2	0	11	7,6%	6	23,1%	25		
			17,4%						
		1	1	0,17%	26	17,9%			9
		34,6%	41	28,5%					
		0	5	0,83%	100	68,9%			8
	30,8%	63	43,7%					Total	6
	145		26		144				

170 hombres = 26 con alto y muy alto machismo y 144 con bajo y muy bajo machismo

151 mujeres = 6 con alto y muy alto machismo y 145 con bajo y muy bajo machismo

\*Chi Cuadrado: no significativa al 0.05 para hombres y para mujeres

## 19. CAGE, MACHISMO Y AUTOESTIMA

Cuadro 60. Relación CAGE, machismo y autoestima según el sexo.

**Estudio de correlaciones Escala de Machismo, CAGE y  
Autoestima:**

Correlación entre machismo y autoestima en hombres=	0.212
Correlación entre machismo y autoestima en mujeres=	- 0.010
Correlación ente CAGE y autoestima en hombres =	0,142
Correlación ente CAGE y autoestima en mujeres =	- 0,231
Correlación ente CAGE y machismo en hombres =	0,121
Correlación ente CAGE y machismo en mujeres =	0,030

## MACHISMO: CORRELACION CON CAGE DE CADA ITEM

Cuadro 61. Relación entre la actitud machista con el CAGE de cada item.

N	CREENCIA	HOMBRESC. CAGE	MUJERES C. CAGE
1	La mujer solo puede trabajar si su pareja se lo permite	-0.01	0.05
2	Una mujer nunca debe ser jefe de un hombre	0.09	0.13
3	La mayor ofensa que le se puede infligir a un hombre es el ser engañado por su compañera con respecto a la virginidad	-0.09	0.02
4	El hombre fue hecho para la calle y fa mujer para la casa	0.11	-0.17
5	Me gustan las mujeres que llegan vírgenes al matrimonio	0.09	0.17
6	Los hombres son mejores trabajadores porque saben manejar la autoridad	0.15	0.22
7	Me gusta la mujer que siempre esta en su casa encargándose del cuidado de su hogar	0.13	0.00

8	Un hombre maduro es el que toma decisiones en una relación sin tener en cuenta a su pareja	0.02	-0.04
9	La mujer nunca puede decir que esta cansada de realizar las labores domesticas ya que esta es su obligación	0.20	0.15
10	El hombre es valiente y la mujer es débil	-0.00	0.00
11	La ternura y la resignación son características innatas exclusivamente de la mujer	0.03	0.17
12	Las mujeres tienen suficiente inteligencia como para ser buenas ingenieras	0.12	-0.03
13	Un hombre de verdad debe tomar alcohol con frecuencia	0.08	-0.11
14	La mujer debe ser sexualmente pasiva y el hombre debe ser sexualmente activo	0.08	0.01
15	No me gustan las mujeres orgásmicas, ya que generalmente son infieles	0.09	-0.01
16	La rudeza y la agresividad son características innatas exclusivamente masculinas	0.02	0.08
17	Me agradan los hombres que tienen mayor libertad sexual que las mujeres	-0.01	-0.25
18	Me gusta la mujer obediente	0.02	-0.10
19	Me gustan las mujeres que realizan cualquier tipo de trabajo	-0.03	0.02

20	El hombre debe serle fiel a su compañera	0.10	0.01
21	Me agradan los hombres que frecuentan prostíbulos	-0.08	-0.04
22	La mujer es capaz de mantener económicamente un hogar	0.09	-0.02

## CONCLUSIÓN

En el estudio realizado acerca de la relación entre la actitud machista y el consumo de alcohol en los estudiantes de las facultades de psicología, derecho, trabajo social, ciencias sociales y educación básica, se hallaron cifras estadísticas significativas con respecto a:

\* **Consumo de alcohol.** Las mujeres y los hombres presentaron una proporción igual en la opinión de cuando debe consumir un estudiante universitario bebidas alcohólicas. Con un promedio de individuo con actitud no consumidora en hombres de 7,41 y mujeres de 6.59, y en individuos de actitud consumidora 160,47 y mujeres 142.53. También se encontró que la facultades que más habían consumido alcohol en la última semana eran las de derecho, con un promedio de 94 estudiantes. En la primera y de 31 en la última. La edad promedio de la primar vez de consumo de alcohol es en hombres de 15 años y mujeres 16 años. Así mismo la prevalencia lápsica, en el ultimo año y en el último mes por cien ha sido simétrica entre hombres y mujeres con respecto a al último año y el último mes , guarda una diferencia en los resultados de la vida lápsica con un porcentaje de 95.9 % en H y 99.31 en M. los que tienen un alto riesgo de alcoholismo son los hombres con un porcentaje de 18.2% y en las mujeres 7.3.

- **Relaciones sexuales:** Los hombres tienen una vida sexual más activa que las mujeres con un porcentaje de un 22.5 %. La edad promedio de la primera relación sexual es de 15 años en hombres y mujeres de 19 años. A su vez se halló que las mujeres son las que tienen mayor problema de irresponsabilidad sexual, ya que tienen relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol, con un porcentaje de 28.5 % frente a un 5.3 en hombres. Estos resultados comparados con los del consumo de alcohol, permiten determinar que aunque los hombres están en un alto riesgo de alcoholismo por el mal manejo con respecto a la cantidad de alcohol que ingieren y los sentimientos que este despiertan en él, estos tienen mayor cuidado de mantener relaciones sexuales bajo efectos de alcohol
- **Autoestima:** EL puntaje promedio en autoestima con respecto al alcohol, en el grupo consumidor masculino es de 22.15% frente a un 27.94% de las mujeres, en el grupo no consumidor es 22.16% masculino y 27.33% femenino, lo que muestra que existe una proporción igual entre la autoestima y el alcohol tanto en las personas consumidoras y las no consumidoras.
- **Machismo:** La frecuencia en machismo es muy baja con un promedio de 82.09 en hombres y 72.91 en mujeres, y muy alta

con 2.12 hombres y 1.88 en mujeres. Mostrando esto que existe una diferencia muy amplia con respecto a la actitud machista entre hombres y mujeres. A su vez teniendo en cuenta el porcentaje de alguno de los items de la escala like, encontramos que los hombres presentan una actitud machista ante las siguientes afirmaciones.

- Los hombres son mejores trabajos porque saben manejar la autoridad, con un puntaje de 2.7.
- Me gusta la mujer obediente, con un porcentaje de 2,8.
- Me agradan los hombres que frecuentes prostíbulos con un puntaje de 3.0.

El puntaje de las anteriores afirmaciones, permiten determinar que los hombres piensan que las mujeres aún deben solicitar permiso a su compañero para poder vincularse al mundo laboral, lo que se encuentra relacionado con su actitud acerca que una mujer debe ser obediente y que es incapaz de manejar la autoridad dentro del trabajo. A su vez se puede afirmar que el hombre asume que su libertad sexual implica ser visitante de prostíbulos como muestra de su hombría. Además encontramos que las mujeres mostraron una actitud machista ante las siguientes afirmaciones.

- Me agradan los hombres que frecuentan prostibulos, con un puntaje de 2,8.

Esto muestra que la mujer apoya que el hombre, frecuente prostibulos para exaltar su masculinidad.

Además se encontró que el porcentaje en los rangos de machismo fueron. Muy bajo machismo 40,5% en hombres y 57% en mujeres. Bajo machismo 44.1% en hombres y 39.1 en mujeres. Muy alto machismo 1.8% en hombres y 0.6% en mujeres. Demostrando esto que el nivel alto machismo es un poco mayor en los hombres pero sin mantener una diferencia muy grande con las mujeres.

El puntaje de machismo en el grupo consumidor es de 49.54 para los hombres y 42.40 ; y en el grupo no consumidor 50.64 en hombres machistas y el consumo de alcohol, son variables cuya relación es inversamente proporcional.

El informe del PNUD de 1995, expresa que en los países de América Latina siguen presentando una desigualdad en los derechos de hombres y mujeres. Aún los patrones machistas de estos países obstaculizan en que el acceso de la mujer a la educación, salud, nutrición y su participación en el campo político y económico sea

aún mayor, generando esto el desaprovechamiento del talento femenino. Si tenemos en cuenta que el machismo no solo implica el que la mujer pierda su participación en todas las dimensiones del individuo como ser socia, sino que a su vez sea víctima del maltrato físico y psicológico y si sumamos el abuso de alcohol por parte del hombre machista, solo teniendo en cuenta estos dos aspectos. Podemos deducir que este fenómeno incrementa los índices de muerte por violencia intrafamiliar, por accidentes automovilísticos bajo estado de embriaguez, y al final más que tener una repercusión en el ámbito social afecta toda la estructura bio-psicosocial de los individuos que se desenvuelven en una relación de pareja donde la actitud machista.

El machismo, que es el producto según Giraldo Merra (1990) y otros investigadores de todas las experiencias que tiene el niño en su hogar y en las prácticas de crianza que van formando su esquema acerca de cómo debe ser un hombre y como debe tratar a una mujer y viceversa, esto le va suministrando las herramientas con las que el individuo va ha desenvolverse en sus relaciones interpersonales. Estos estereotipos que rigen a hombres y mujeres, que se exteriorizan a través de sus conductas son transmitidas, no solo en su hogar, sino también en la escuela, en los medios de comunicación, en la iglesia, entre los amigos que a través de a

aprobación y desaprobación formaron el concepto de masculinidad y femineidad.

A diario escuchamos en nuestro medio frases como “ los niños no lloran”, “ las niñas son débiles”, “ los niños son más inteligentes que las niñas; estas frases hay que anotar que aunque son muy utilizadas por una parte de la población, existen otras personas que imparten una educación sexual en la que se transmiten ideas y sentimientos que favorecen la formación sexual basada en la consigna que los hombres y mujeres tienen capacidades que los hacen a ambos valiosos, fuertes capaces de asumir la responsabilidad de nuestras vidas. Son estas dos posiciones sexistas las que hoy rigen a nuestra cultura, es por ellos que encontramos niños, adolescentes y estudiantes universitarios con pensamiento aún fijados a algunas de estas dos directrices, unos están rompiendo con los mandatos culturales reduccionistas para disfrutar de unos más amplios aún están en un proceso de duelo y de construcción.

La actitud machista y el consumo de alcohol, como fenómeno que hacen parte de la vida cotidiana de nuestra cultura, han ido variando interferencias en el comportamiento y las actitudes de las personas, enfrentándolas a asumir cambios con respecto al reparto

de papeles de los hombres y las mujeres, los jóvenes de la Costa Atlántica, en especial los estudiantes universitarios de Barranquilla están asumiendo la construcción de un nuevo guión para hombres y mujeres, aunque esto está generando, inexactitud en el manejo de su libertad, contribuyendo con esto al manejo de bebidas alcohólicas a temprana edad, las mujeres mantienen relaciones coitales bajo efectos del alcohol, ya que este es un inhibidor del super yo y bajo este estado ellas se sienten capaces de romper creencias acerca de lo que le han enseñado sobre como debe ser la vida sexual de una mujer, llevándolas a una irresponsabilidad sexual.

En el hombre encontramos que a una se mantienen estereotipos acerca de que la mujer deber ser obediente, delicada, cariñosa y que esta no sabe manejar la autoridad dentro del área laboral.

De igual manera encontramos que la verdad, es que en nuestro medio los mandatos culturales que existen del género, están sufriendo transformaciones que no están llevando la misma marcha en todas las áreas; a nivel laboral la mujer cada vez se involucra más en este mundo. Teniendo en cuenta el área educativa los índices de ingreso de mujeres a la educación superior ha ido aumentando, en el aspecto psicológico tanto hombres y mujeres están en busca de una vida de pareja en donde la intimidad y la

comunicación sea abierta y equitativa. Este proceso de cambio en las éticas del género, como todo proceso de construcción exige y trae consigo paciencia, dificultades, aciertos y desaciertos, para poder alcanzar el objetivo, es necesario que la educación sexista se asuma y se transmita bajo un acción que conlleve a la equidad de género.

En cuanto a la relación de la actitud machista y el consumo, en nuestra cultura, esta última se consume dentro del ambiente universitario más que por demostrar hombría, es como exigencia y requisito de ser aceptado en el grupo de amigos, es decir una costumbre social.

La actitud machista y el consumo de alcohol son problemas que pueden tener su origen en la educación, en esos patrones de crianza que han ido formando nuestros estereotipos de cómo debemos ser como hombres y mujeres que se afianzan con las aprobaciones y desaprobación que recibimos en nuestro hogar, colegio y demás ámbitos sociales respecto a la sexualidad y la manera de comportarnos para ser aceptados. Si comparamos los patrones de crianza sexista tradicionales, con los que actualmente se está tratando de enseñar, se encuentra que este último tiene una tendencia a la equidad, a la libertad, al disfrute emocional y social

como seres humanos. Aunque hay que anotar que en los estratos socioeconómicos permanece la idea que el hombre puede tener varias compañeras, maltratarlas física y psicológicamente, abusar del consumo de alcohol como muestra de hombría lo que nos permite señalar que el nivel educativo y económico fluye en el mantenimiento o rompimiento del paradigma, entre más bebedor más macho.

## RECOMENDACIONES

- Proyecto de formación en estudiantes universitarios acerca de la equidad de género, con el fin de que a través de charlas educativas se modifiquen actitudes acerca del rol de género, que favorezcan la calidad de vida individual, de pareja, familiar, social que implique también mejora.
- Programa de prevención del alcohol, enfocado al año que esta droga causa en el hombre como ser bio-psico – social, ya que a través de los resultados del CAGE se observó que existe un porcentaje de sujetos con alto riesgo de alcoholismo. Es necesario que también se sensibilice sobre los riesgos de tener relaciones coitales bajo efectos del alcohol.
- Promover nuevas investigaciones que permitan mayor profundidad de estados variables favoreciendo esto a que los programas acerca de educación sexista apunte a modificar actitudes que han sido detectadas.

- Reducir la escala lineal, a 15 items, con el fin de que este compuesta por los que tengan el coeficiente de correlación más alto con el fin de aumentar los niveles de confiabilidad y validez de los resultados.

## REFERENCIAS

ALEJO, H. (1995) Estudio nacional sobre el problema de las drogas en estudiantes de educación superior del nivel de pregrado. En: ICFES Educación superior y drogas. Alto riesgo. Tomo 1. Bogotá: ICFES.

ALONSO SANZ, C. y RODRIGUEZ, E. (1996) Efectividad de la campaña “¿Qué tomas?” de prevención del consumo de bebidas alcohólicas en población juvenil. En: ADICCIONES, Vol. 8, No. 4, Pág. 501-508.

BADINTER, Elizabeth. (1997) XY Identidad masculina. Barcelona: Ed. Norma.

BLANDON, Chiquinquirá (1997) No más infamias en nombre del amor. Medellín: Ediciones Gráficas.

ESCOBAR, Patricia. (1998) La Infidelidad: más frecuente de lo que se piensa. EL HERALDO, Revista Miércoles, Agosto 26

FERNANDEZ SALLAS, Marcelo. “Víctimas del machismo”. Internet, [url:www.mundolatino.org/mirador/machismo.htm](http://www.mundolatino.org/mirador/machismo.htm).

FLORES COLOMBINO, Andrés. (1990) La Nueva Revolución Sexual. Montevideo: Editorial Dismar.

GIRALDO NEIRA, Octavio (1990) Explorando las Sexualidades Humanas. México: Editorial Trillas.

GONZALEZ, J. (1989) Farmacodependencia y comportamiento sexual. Ponencia IV Congreso Colombiano de Psicología. Barranquilla: Agosto 17-19.

GONZALEZ, J. (1995) Diferencias genéricas en el comportamiento sexual de estudiantes universitarios solteros de Barranquilla. En: Revista Latinoamericana de Sexología, Vol. 10, No. 2, pag. 161-176.

GONZÁLEZ, JM (1999a) Sexualidad y Desarrollo. En: Revista Investigación Bolivariana, Barranquilla, Año 2, No. 2, Pag. 195-199.

GONZÁLEZ, JM (1999b) Pobreza, valores humanos y sexualidad. En: Revista Encuentro Bolivariano, Barranquilla, Vol. 2, No. 2, pag 121-126.

GONZÁLEZ, JM (1999c) Pobreza, Salud Sexual y Desarrollo. En: Revista Salud Sexual, México, Vol. 2, No. 1, Pag. 25-30

GONZÁLEZ, JM.; RAMIREZ, M.; RODRIGUEZ, L.E.; ROMERO, E. y SANCHEZ, X. (1999a) Consumo de alcohol en estudiantes universitarios de Barranquilla. En: Revista Crónicas Médicas, Barranquilla, Julio, Pag. 15.

GONZÁLEZ, JM.; RAMIREZ, M.; RODRIGUEZ, L.E.; ROMERO, E. y SANCHEZ, X̃. (1999b) Consumo de alcohol, marihuana y cocaína en estudiantes universitarios de Barranquilla. En: *Perspectiva Social*, Año 2, No. 3, pag. 84-85.

GONZALEZ, J.; ALONSO, M. & PINTO, I. (1991) Sexualidad y Farmacodependencia en pacientes de dos clínicas de Barranquilla, Colombia. En: *Revista Latinoamericana de Sexología*, Vol. 6, No. 3, pag. 235-246.

GONZALEZ, J.; CEPEDA, J.; FONSECA, L.; BURGOS, N.; PINTO, I. & SANCHEZ, L. (1996) Estudio descriptivo de la sexualidad en 30 mujeres farmacodependientes de Barranquilla, Colombia. En: *Archivos Hispanoamericanos de Sexología*, Vol. 3, No. 1, pag. 79-91.

ICFES (1995) ALTO RIESGO. Tomo 1. Santafé de Bogotá: ICFES.

MOCK, Gloria. (1987) "Una Teoría sobre la Agresión Sexual y la Cultura". En: *Revista Latinoamericana de Sexología*, Vol. 2, No. 2, Pág. 147-157.

MORALES, E, y TORRES, M. A. (1997) Origen y evolución de las redes socio-familiares en el consumo de alcohol y la dependencia alcohólica. En: *ADICCIONES*, Vol. 9, No. 3, Pág. 323-326.

OSPINA DE GONZALEZ, B. (1995) La Sensualidad: otra faceta de la sexualidad humana. En: Revista Latinoamericana de Sexologia, Vol. 10, No. 2, 129-138.

ROSENZVAIG, Roberto. (1996) Los Fantasmas del Amor. Santiago de Chile: Editorial Sudamericana.

SUBERCASEAUX, Elizabeth. "Educando al Troglodita". Revista Vanidades, Ed. No. 20, pág. 70-71. 1998.

PERIODICO EL TIEMPO. 14/09/97 1B-2B. Tatiana Muneva "otra forma de relación entre hombres y mujeres.

REVISTA ESPAÑOLA DE DROGADEPENDENCIA. Vol. 22 1997. No. 1 25-33. Ed. Asociación Drogalcohol.

IMPALLARI JUAN. GRUPOS DE HOMBRES E IDENTIDAD MASCULINA. "Cómo la Cultura nos pone algunas trampas". Pág. 110-119. Argentina, 1994.

REVISTA LATINOAMERICANA DE SEXOLOGIA .Volumen 25 1993 No. 2 Autor Angel Rodríguez Marín y María E Leone. Pág 275-284.

REVISTA SEMANA .Agosto 1998-10-2

TORRES, YOLANDA (1995) Vespa universitario. En: ICFES  
Educación superior y drogas. Alto riesgo. Tomo 1. Bogotá:  
ICFES.

VALLE, Norma. Abolladuras del machismo. Febrero –Marzo,  
revista No 48-149 pág .142 Puerto Rico INTERNET  
URL.W.W.W.FEMPRESS.CL./BASE/148-49/Pr.htm

# ANEXO

## **APORTE INVESTIGATIVO DEL GRUPO (anexo)**

El grupo Investigativo junto con la asesoría del Profesor José Manuel González escogimos una muestra al azar en una Universidad Privada de Barranquilla. Esta muestra es estadísticamente representativa de todos los estudiantes matriculados en 1999 (Enero-Junio) en esa institución.

Las creencias sobre la masculinidad y la femineidad son importantes porque influyen sobre las decisiones y el comportamiento de las personas en su vida de pareja. Gran parte de lo que hacemos o dejamos de hacer en nuestra vida conyugal tiene que ver con lo que pensamos que es un hombre o una mujer debe hacer en esa situación. Con respecto al machismo se encontraron los siguientes resultados en las creencias y opiniones (lo mencionado posteriormente es resultado de este estudio):

### **GRUPO 1 Hombres y Mujeres: de acuerdo.**

La mayoría de los hombres y las mujeres están parcialmente de acuerdo o totalmente de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- La mujer es capaz de mantener económicamente un hogar.

Las mujeres tienen suficientemente inteligencia como para ser buenas ingenieras.

Me gustan las mujeres que realizan cualquier tipo de trabajo.

Es importante agregar que una minoría de hombres y mujeres estuvo en desacuerdo con las anteriores afirmaciones.

### **GRUPO 2 Hombres y mujeres: en desacuerdo.**

La mayoría de los hombres y las mujeres están parcialmente en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

El hombre fue hecho para la calle y la mujer para la casa.

Un hombre maduro es el que toma decisiones en una relación sin tener en cuenta a su pareja.

La mujer nunca puede decir que está cansada de realizar las labores domésticas ya que esta es su obligación.

El hombre es valiente y la mujer es débil.

Un hombre de verdad debe tomar alcohol con frecuencia.

La mujer debe ser sexualmente pasiva y el hombre sexualmente activo.

Me agradan los hombres que frecuentan prostíbulos.

Una minoría de hombres y mujeres estuvieron de acuerdo con las anteriores afirmaciones.

### **GRUPO 3: HOMBRES Y MUJERES-MITAD Y MITAD.**

Aproximadamente la mitad de los hombres y la mitad de las mujeres están de acuerdo y la otra mitad está en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

- "La mayor ofensa que se le puede infligir a un hombre es de ser engañado por su compañera con respecto a la virginidad".
- "La rudeza y la agresividad son características innatas del hombre".

### **GRUPO 4: HOMBRES-MITAD Y MITAD**

Aproximadamente una mitad de los hombres están de acuerdo, y la otra mitad está en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

- "La mujer solo puede trabajar si el hombre se lo permite".
- "Una mujer nunca debe ser jefe de un hombre".
- "Me gustan las mujeres que vengan vírgenes al matrimonio".
- "Los hombres son mejores trabajadores porque saben manejar la autoridad".
- "Me encanta la mujer que siempre está en su casa encargándose del cuidado de su hogar".
- "No me gustan las mujeres orgásmicas porque generalmente son infieles".
- "Me agradan los hombres que tienen mayor libertad sexual que las mujeres".
- "El hombre debe ser fiel a su compañera".

### **GRUPO 5: MUJERES-MITAD Y MITAD**

Aproximadamente una mitad de las mujeres están de acuerdo y la otra mitad están en desacuerdo, con las siguientes afirmaciones :

- "La ternura y la resignación son características innatas exclusivamente de la mujer".
- "Me gusta la mujer obediente".

### **GRUPO 6: MUJERES-DE ACUERDO**

La mayoría de las mujeres están parcialmente de acuerdo o totalmente de acuerdo con la siguiente afirmación:

- "Me gustan las mujeres que llegan vírgenes al matrimonio".

Una minoría de las mujeres estuvo en desacuerdo con la anterior afirmación.

### **GRUPO 7: MUJERES- EN DESACUERDO**

La mayoría de las mujeres están parcialmente en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

- "La mujer solo puede trabajar si su pareja se lo permite".
- "Una mujer nunca debe ser jefe de un hombre".
- "Los hombres son mejores trabajadores porque saben manejar la autoridad".
- "Me encanta la mujer que siempre está en su casa encargandose del cuidado de su hogar".
- "No me gustan las mujeres orgásmicas ya que generalmente son infieles".

- "Me agradan los hombres que tienen mayor libertad sexual que las mujeres".
- "El hombre debe serle fiel a su compañera".

Una minoría de las mujeres estuvo de acuerdo con las anteriores afirmaciones.

### **GRUPO 8: HOMBRES-DE ACUERDO**

La mayoría de los hombres están parcialmente de acuerdo o totalmente de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- "Me gusta la mujer obediente".

Las anteriores creencias acerca de la masculinidad y la femeneidad muestran divergencias importantes entre los hombres y las mujeres.

Al formar pareja y establecer un vínculo conyugal, estas personas tendran mayor tendencia al conflicto y una probabilidad mas alta al fracaso matrimonial que las parejas de antes, cuyas creencias al respecto eran mas homogéneas.

Es claro que estos estudiantes necesitan prepararse para la vida conyugal revisando sus creencias acerca de lo que es ser hombre y ser mujer. Desarrollando unos conceptos de masculinidad y femineidad más acordes, que permitan mejorar la comprensión entre los sexos para una vida conyugal más armónica y equitativa.

Una de las características del Machismo es el Consumir Alcohol en grandes cantidades esto con el fin de presumir su masculinidad y hacer alarde de ella frente a la sociedad.

## **APORTE INVESTIGATIVO DEL GRUPO(ANEXO)**

En este artículo se presenta una descripción del consumo de alcohol por parte de un grupo representativo de estudiantes de pregrado de una Universidad privada de Barranquilla. Se aplicó un cuestionario a una muestra, tomada al azar de 172 estudiantes universitarios. Este instrumento se construyó con base en el utilizado por el ICFES(1995) para estudiar la población universitaria de pregrado de Colombia. También se elaboraron instrumentos(Escala de Actitud Liker) para estudiar el autoestima, el machismo y algunos factores relacionados con las ETS/Enfermedades de Transmisión sexual y el VIH/SIDA. Se hicieron varias pruebas piloto y se entrenó a un grupo de estudiantes de Psicología para la aplicación del cuestionario. La muestra de este estudio tenía una edad promedio de 20.42(DS 3.61) para los hombres y 18.79(DS 2.68) para las mujeres. Los estudiantes colombianos presentados en ICFES (1995) muestra una edad promedio de 21.7(DS 3.70).

PREVALENCIA	BARRANQUILLA	COLOMBIA ICFES
Hombres-Lápsica (toda la vida) * 100 hab	95.16%	91.32%
Hombres-Ultimo año * 100 hab	88.70%	80.57%
Hombres-Ultimo mes * 100hab	87.09%	62.95%
Mujeres Lápsica Toda la vida* 100 hab	88.18%	76.41%
Mujeres Ultimo año* 100hab	57.17%	60.49%
Mujeres-Ultimo año* 100 hab	47.27	45.27%

La tabla 1 muestra las prevalencias lápsicas, del último año y del último mes para los hombres y para las mujeres. También se presenta esas prevalencias para los estudiantes colombianos investigados por Icfes (1995). Como puede verse, el consumo encontrado en esta muestra es superior al encontrado hace poco en el resto del país. Solamente un inferior en la prevalencia femenina del último año.

La edad de inicio del consumo de alcohol encontrado en Colombia fue de 16 años. En Barranquilla la edad de inicio para las mujeres fue de 15.14 y 13.98 para los hombres. Esto significa que el consumo de alcohol es más alto y se inicia más temprano en nuestros estudiantes de pregrado. Esto es preocupante por las consecuencias para la salud- y para la economía que genera el abuso del consumo de bebidas alcohólicas.

Esta información amerita el interés por profundizar el estudio del consumo de alcohol en nuestra comunidad universitaria para diseñar adecuadamente proyectos de desarrollo social y personal.

## CUESTIONARIO ANONIMO (ANEXO)

### INSTRUCCIONES

Este cuestionario trata de investigar algunos aspectos de la salud de las personas en nuestra universidad, es completamente anónimo, así que no escribas tu nombre ni hagas anotaciones que te puedan identificar. Aquí no hay respuestas buenas o malas. Por favor contesta las preguntas con la mayor franqueza, diciendo la verdad. Trata de no dejar ninguna pregunta sin contestar. La mayoría de las preguntas empiezan con un párrafo y después tienen varias posibilidades para escoger. Por favor señala con una X la opción que mejor refleja tu propio caso. Si tienes alguna duda o interrogación, con toda confianza pregúntanos y con mucho gusto te orientamos.

De este estudio se podrán sacar recomendaciones muy útiles para ti mismo(a) y para la salud de otras personas. Recuerda no hay respuestas buenas o malas, así que contesta sinceramente.

1. sexo:  Femenino  Masculino      2. Estado civil: \_\_\_\_\_  
3. Edad:    años-      4. Programa:      5. Semestre.

6. Con respecto a las BEBIDAS ALCOHÓLICAS (Cerveza, vino, ron, aguardiente, brandy, ginebra, etc.) tu crees que un estudiante universitario:

a- Nunca las debe consumir.       b. Las puede consumir con moderación

7. Con respecto a la BEBIDAS ALCOHÓLICAS:

- a- Tomé la semanas pasada.
- b- Tomé el mes anterior.
- c- Tomé durante los últimos 6 meses.
- d- Hace un año o más no tomo.
- e- Las probé solo una vez
- f- Nunca lo he hecho.

8. Edad de la primera vez  
vez: \_\_\_\_\_ años

9. ha sentido alguna vez la necesidad de disminuir la cantidad del alcohol que toma?  Si  No.
10. Se ha sentido molesto porque le critican su forma de beber  Si  No.
11. se ha sentido mal o culpable por su forma de beber  Si  No.
12. Ha tomado alguna vez un trago a primera hora en la mañana, para quitarse los nervios o calmar el guayabo.  Si  No.

13. Con respecto a la MARIHUANA, tu crees que un estudiante universitario:

- a - Nunca la debe consumir.
- b - La puede consumir siempre que lo desee.
- c - La puede consumir con moderación

14. Con respecto a la MARIHUANA:

- a - Fume la semana pasada.
- b.- Fume el mes anterior
- c.- Fumé el último año
- d. - Hace un año o más no la fumo.
- e - Lo hice una sola vez
- f- Nunca lo he hecho.

15. Edad de la primera vez: Años \_\_\_\_\_

Con respecto a LA COCAÍNA tu crees que un estudiante universitario:

- a - Nunca debe consumir
- la puede consumir con moderación
- c- La puede consumir siempre que lo desee.

17. Con respecto a la COCAINA.

- a.- Usé la semana pasada
- b. - Usé el mes anterior
- c. - Usé el último año.
- d. - hace un año o más no uso
- e. Lo hice una sola vez
- d. Nunca lo he hecho
18. Edad de tu primera vez: \_\_\_\_\_

19. Con respecto a las RELACIONES SEXUALES.

a- Tuve en los últimos treinta años.

b.- Tuve en el último año.

c- Lo hice hace más de un año.

e. - nunca lo he hecho.

20. Edad de la Primera  
Vez: años.

21. Tienes relaciones sexuales bajo el efecto de BEBIDAS ALCOHÓLICAS?

a. Siempre

b. Frecuentemente

c. a veces.  d. Nunca.

22 Tu crees que la probabilidad de que te infectes con el virus del SIDA es:

a. muy baja.

b. Baja.

c. Alta.

d. Muy alta.

23. Has tenido ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL

(Enfermedades Venéreas)?

No.  Si.  Cuales?  Gonorrea  Sifilis  Otra Cual?: \_\_\_\_\_

24. con respecto a los CONDONES, tu crees que un estudiante universitario soltero:

a. Nunca los debe usar.

b. Lo debe usar solo cuando lo conoce bien la otra persona.

c. Lo debe usar siempre

En tus relaciones sexuales utilizan CONDONES? (Tú, o la persona):

a - Siempre.

b - Frecuentemente.

c- A veces

e. Nunca.

26. Para los dos siguientes grupos de afirmaciones o frases responde.

TA si esta TOTALMENTE DE ACUERDO.  
 PA si estas PARCIALMENTE DE ACUERDO.  
 IN si estas INDECISO.  
 PD si estas PARCIALMENTE DESACUERDO.  
 TD si estas TOTALMENTE EN DESACUERDO

• Yo estoy contento con mi forma de ser	TA PA IN PD TD
• Yo estoy contento con el cuerpo que tengo ahora	TA PA IN PD TD
• Yo estoy satisfecho con migo mismo	TA PA IN PD TD
• Creo que soy una persona agradable para los demás	TA PA IN PD TD
• Los demás me tienen cuenta y respetan mis ideas	TA PA IN PD TD
• Yo siento que todos me quieren	TA PA IN PD TD
• La mujer solo puede trabajar si su pareja se lo permite	TA PA IN PD TD
• Una mujer solo debe ser jefe de un hombre	TA PA IN PD TD
• La mayor ofensa que se le puede infligir a un hombre es el ser engañado por su compañero con respecto a la virginidad	TA PA IN PD TD
• El hombre fue hecho para la calle y la mujer para la casa	TA PA IN PD TD
• Me gustan las mujeres que lleguen virgen al matrimonio	TA PA IN PD TD
• Los hombres son mejores trabajadores porque saben manejar la autoridad	TA PA IN PD TD
• Me gustan las mujeres que siempre están en su casa encargándose del trabajo del hogar.	TA PA IN PD TD
• Un hombre madura es el que toma decisión en una relación sin tener en cuenta a su pareja.	TA PA IN PD TD
• Un hombre es valiente y la mujer es débil.	TA PA IN PD TD
• La ternura y la resignación son características innatas exclusivamente de la mujer	TA PA IN PD TD
• Las mujeres tienen suficiente inteligencia para ser ingenieras.	TA PA IN PD TD
• Un hombre de verdad debe tomar alcohol con frecuencia	TA PA IN PD TD
• La mujer debe ser sexualmente pasiva y el hombre debe ser sexualmente activo.	TA PA IN PD TD
• No me gustan las mujeres orgásmicas, ya que generalmente son infieles.	TA PA IN PD TD
• La rudeza y la agresividad son características innatas exclusivamente masculinas.	TA PA IN PD TD
• Me agradan los hombres que tienen mayor libertad sexual que las mujeres	TA PA IN PD TD
• Me gusta la mujer obediente	TA PA IN PD TD
• El hombre debe ser fiel a su compañera.	TA PA IN PD TD

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Estadística de los estudiantes Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Figura 2. Estadísticas de los estudiantes individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora de las facultades con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Figura 3. Estadísticas de los estudiantes de Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Figura 4. Estadísticas de los estudiantes de Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Figura 5. Estadísticas de las frecuencias del consumo de bebidas alcohólicas según el sexo en los sujetos de la muestra.

Figura 6. Estadística de la frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según el sexo en los sujetos de las muestras

Figura 7. Estadística con respecto al consumo de las bebidas alcohólicas según individuos consumidores e individuos no consumidores.

Figura 8. Estadísticas de frecuencias del consumo de bebidas alcohólicas porcentajes mayores y menores de 18 años.

Figura 9. Estadísticas del Individuos consumidores e individuos no consumidores según la edad.

Figura 10. Frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

Figura 11. Porcentajes de la frecuencia de individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

Figura 12. Frecuencias en porcentajes del panorama de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol

Figura 13. Cuadro estadístico según el sexo con respecto a la actitud frente a la marihuana.

Figura 14. Frecuencias esperadas de individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de alcohol de los sujetos escogidos en la muestra.

Figura 15. Estadísticas con respecto a la frecuencia del consumo de marihuana según el sexo en individuos consumidores e individuos no consumidores en los sujetos de la muestra.

Figura 16. Estadísticas con respecto a la actitud del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra.

Figura 17. Porcentaje con respecto a la actitud del consumo de cocaína de individuos con actitud no consumidora e Individuos con actitud consumidora según el sexo de los sujetos de la muestra.

Figura 18. Estadística con respecto a la frecuencia del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra.

Figura 19. Estadística de individuos consumidores. e individuos no consumidores según el sexo con respecto al consumo de cocaína en los sujetos de la muestra.

Figura 20. Estadística con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 21. Porcentajes con respecto a la frecuencia en las relaciones sexuales en individuos sexualmente activos y individuos sexualmente no activos según el sexo en los sujetos de la muestra.

Figura 22. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el sexo en los sujetos de la muestra.

Figura 23. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el sexo en los sujetos de la muestra.

Figura 24. Frecuencia del autoestima determinada según el sexo.

Figura 25. Rango de la actitud machista según el sexo determinado en porcentaje.

Figura 26. Relación entre actitud machista y consumo de alcohol.

Figura 27. Relación estadística entre en el consumo de alcohol y el autoestima.

## **LISTA DE CUADROS**

Cuadro 1. Estadística de los estudiantes Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales, y Educación Básica respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 3. Frecuencias de los individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora de las facultades con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 4. Frecuencias observadas de la muestra con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 5. Frecuencias observadas en los Individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 5. Estadísticas de los estudiantes Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 6. Frecuencias observadas en los individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 7. Frecuencias observadas en la muestra con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 8. Frecuencias observadas en los individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 9. Estadísticas de los estudiantes de Psicología, Derecho, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes universitarios.

Cuadro 10. Estadísticas de las facultades de Derecho, psicología, Trabajo Social, Ciencias Sociales y Educación Básica según los individuos con actitud no consumidora con respecto a los estudiantes universitarios y el consumo de alcohol.

Cuadro 11. Estadística de la frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según el sexo en los sujetos de las muestras

Cuadro 12. Estadística con respecto al consumo de las bebidas alcohólicas según individuos consumidores e individuos no consumidores.

Cuadro 13. Frecuencias esperadas de individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de alcohol de los sujetos escogidos en la muestra.

Cuadro 14. Estadística del individuos no consumidores e individuos consumidores según el sexo con los estudiantes escogidos en la muestra.

Cuadro 15. Estadísticas de frecuencias del consumo de bebidas alcohólicas porcentajes mayores y menores de 18 años.

Cuadro 16. Estadísticas del individuos consumidores e individuos no consumidores según la edad.

Cuadro 17. Frecuencia esperada con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en individuos consumidores e individuos no consumidores. según la edad de los sujetos en la muestra.

Cuadro 24. Frecuencias en porcentajes del panorama de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol.

Cuadro 25. Frecuencias esperadas con respecto al panorama de riesgo, según el sexo, con respecto al consumo de alcohol .

Cuadro 26. Frecuencia del panorama de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol.

Cuadro 27. Cuadro estadístico según el sexo con respecto a la actitud frente a la marihuana.

Cuadro 28. Cuadro de frecuencia según el sexo con respecto a la actitud frente a la marihuana.

Cuadro 29. Frecuencias esperada con respecto al consumo de marihuana en los sujetos de la muestra.

Cuadro 30. Estadísticas con respecto al consumo de marihuana en individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora según el sexo.

Cuadro 18. Estadísticas de consumo de alcohol en individuos consumidores e individuos no consumidores según la edad de los sujetos escogidos.

Cuadro 19. Frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

Cuadro 20. Porcentajes de la frecuencia de individuos consumidores e individuos no consumidores. con respecto al consumo de bebidas alcohólicas según las facultades.

Cuadro 21. Frecuencia esperada según individuos consumidores e individuos no consumidores con respecto al consumo de bebidas alcohólicas según facultades.

Cuadro 22. Prevalencia lápsica entre el último año y el último mes con respecto al consumo de bebidas alcohólicas en Barranquilla y en Colombia.

Cuadro 23. Cuadro de riesgo según el sexo con respecto al consumo de alcohol en los estudiantes.

Cuadro 31. Estadística con respecto a la frecuencia del consumo de marihuana en los sujetos de la muestra según el sexo.

Cuadro 32. Estadísticas con respecto a la frecuencia del consumo de marihuana según el sexo en individuos consumidores e individuos no consumidores en los sujetos de la muestra.

Cuadro 33. Frecuencias esperadas con respecto al consumo de marihuana en individuos consumidores e individuos no consumidores según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 34. Estadísticas con respecto a la actitud del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 35. Porcentaje con respecto a la actitud del consumo de cocaína de individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora según el sexo de los sujetos de la muestra.

Cuadro 36. Frecuencias esperadas de individuos con actitud no consumidora e individuos con actitud consumidora según el sexo con respecto a la actitud del consumo de cocaína en los sujetos de la muestra.

Cuadro 37. Estadística con respecto a la frecuencia del consumo de cocaína según el sexo en los sujetos de la muestra. ,

Cuadro 38. Estadística de individuos consumidores. e individuos no consumidores según el sexo con respecto al consumo de cocaína en los sujetos de la muestra.

Cuadro 39. Estadísticas de individuos consumidores e individuos no consumidores según el sexo correspondiente a la frecuencia del consumo de cocaína.

Cuadro 40. Estadística con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 41. Porcentajes con respecto a la frecuencia en las relaciones sexuales en individuos sexualmente activos y individuos sexualmente no activos según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 42. Estadísticas de las frecuencias esperadas con respecto a las relaciones sexuales en individuos sexualmente

activos y individuos sexualmente no activos según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 43. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 43. Estadísticas con respecto a la frecuencia de las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 44. Estadísticas de las frecuencias observadas con respecto a las relaciones sexuales bajo el efecto del alcohol según problemas de irresponsabilidad Sexual, posible problema de irresponsabilidad sexual, no posee problemas de irresponsabilidad sexual en los sujetos de la muestra.

Cuadro 45. Estadísticas de las frecuencias esperadas con respecto a las relaciones sexuales en el efecto del alcohol en Problemas de irresponsabilidad sexual, posible problema de

irresponsabilidad sexual, según el sexo en los sujetos de la muestra.

Cuadro 46. Determinación del rango.

Cuadro 47. Determinación del rango en el auto estima por sexo.

Cuadro 48. Frecuencia en porcentaje dl auto estima determinada según el sexo.

Cuadro 49. Frecuencia del autoestima determinada según el sexo.

Cuadro 50. Promedio del autoestima según el sexo.

Cuadro 51. Puntaje promedio en autoestima con respecto al alcohol.

Cuadro 52. Rango de la actitud machista según el sexo determinado en porcentaje.

Cuadro 53. Rango de la actitud machista según el sexo.

Cuadro 54. Promedio por ítem de la actitud machista según el sexo.

Cuadro 55. Rango de la actitud machista según el sexo por número de preguntas.

Cuadro 56. Relación entre actitud machista y consumo de alcohol.

Cuadro 57. Promedio entre la actitud machista y los grupos consumidores y no consumidores.

Cuadro 58. Relación estadística entre el consumo de alcohol y el autoestima.

Cuadro 59. Relación entre Cage y machismo según el sexo.

Cuadro 60. Relación CAGE, machismo y autoestima según el sexo.

Cuadro 61. Relación entre la actitud machista con el CAGE de cada ítem.