

# 58

Fecha de presentación: diciembre, 2021

Fecha de aceptación: enero, 2022

Fecha de publicación: marzo, 2022

## CONSUMO DE ALCOHOL:

PERSPECTIVA DE MUJERES HABITANTES DE COLONIAS POPULARES DEL SUR DE MÉXICO

**ALCOHOL CONSUMPTION: PERSPECTIVE OF WOMEN INHABITANTS OF POPULAR COLONIES OF SOUTHERN MEXICO**

Manuel Antonio López Cisneros<sup>1</sup>

E-mail: [mlopez@pampano.unacar.mx](mailto:mlopez@pampano.unacar.mx)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9384-5752>

<sup>1</sup>Universidad Autónoma del Carmen. México.

### Cita sugerida (APA, séptima edición)

López Cisneros, M. A. (2022). Consumo de alcohol: perspectiva de mujeres habitantes de colonias populares del Sur de México. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 496-502.

### RESUMEN

La población femenina ha incrementado considerablemente el consumo de alcohol debido a la necesidad de explorar y buscar nuevas sensaciones o experiencias significativas. El significado de la ingesta de bebidas embriagantes en las mujeres ha evolucionado en los últimos años, siendo la principal influencia la necesidad de sentirse dentro de un grupo social o simplemente por factores depresivos. El Objetivo del artículo es Explorar el significado del consumo de alcohol desde la perspectiva de mujeres habitantes de colonias populares del sur de México. Se realizó un Estudio no experimental, transversal, descriptivo, con enfoque cualitativo se utilizó el Interaccionismo Simbólico para la comprensión del significado que las mujeres le atribuyen al consumo de alcohol, se utilizó una guía de preguntas cualitativas, la fuente de datos fue el grupo focal, la población de interés estuvo constituida por mujeres entre 19 a 57 años de edad, el muestreo fue teórico. Se pudo determinar que cada mujer le atribuye un significado diferente al consumo de alcohol, el cual está relacionado principalmente con las actitudes, motivos, interacción social y efectos secundarios, se identificaron cuatro categorías que fueron la actitud, los motivos, la interacción social y los efectos secundarios, cada una con sus respectivas subcategorías. Las Conclusiones sirvieron de base a los hallazgos del presente estudio, podrán ser la base del cuidado de Enfermería en la prevención de adicciones, mediante el establecimiento de intervenciones específicas que contribuyan a fomentar hábitos de vida saludables.

**Palabras Clave:** Significado, consumo de alcohol, mujeres.

### ABSTRACT

The female population has considerably increased alcohol consumption due to the need to explore and seek new sensations or significant experiences. The meaning of the ingestion of intoxicating beverages in women has evolved in recent years, the main influence being the need to feel within a social group or simply due to depressive factors. The Objective is To explore the meaning of alcohol consumption from the perspective of women living in popular neighborhoods in southern Mexico. Non-experimental, cross-sectional, descriptive study, with a qualitative approach, Symbolic Interactionism was used to understand the meaning that women attribute to alcohol consumption, a qualitative question guide was used, the data source was the group focal point, the population of interest consisted of women between 19 and 57 years of age, the sampling was theoretical. It was possible to determine that each woman attributes a different meaning to alcohol consumption, which is mainly related to attitudes, motives, social interaction and secondary effects, four categories were identified that were attitude, motives, social interaction and side effects, each with their respective subcategories. The findings of this study may be the basis of Nursing care in the prevention of addictions, through the establishment of specific interventions that contribute to promoting healthy lifestyles.

**Keywords:** Meaning, alcohol consumption, women.

## INTRODUCCIÓN

El alcohol es la droga lícita más ingerida en el planeta, se considera responsable de múltiples alteraciones biopsicosociales en la persona, familia, grupo o comunidad consumidora, impactando significativamente en el número de muertes prematuras o discapacidades en la población en general. El uso y abuso indiscriminado de esta sustancia provoca una adicción llamada alcoholismo, considerada una enfermedad crónica degenerativa manifestada por la necesidad física, emocional y compulsiva de ingerir frecuentemente alcohol en grandes cantidades por ocasión de consumo, afectando todos los planos de la vida, con el riesgo de propiciar la muerte (Ahumada, Gámez & Valdez, 2017).

México cuenta con aproximadamente 27 millones de personas que han tenido ya un contacto directo con la ingesta de alcohol, bebiendo grandes cantidades por ocasión de consumo, con frecuencias que oscilan entre menos de una vez al mes y diario. La Encuesta Nacional de Adicciones (México. Instituto Nacional de Salud Pública, 2011), reportó un aumento significativo en la ingesta de esta sustancia en la población femenina de 18 a 65 años de edad, con prevalencias de alguna vez en la vida de 58.8% a 67.0%, en el último año de 37.1% a 43.2% y en el último mes de 8.5% a 21.2% (Consejo Nacional contra las Adicciones, 2009).

De acuerdo a Alonso, et al. (2009), el consumo de alcohol en la población femenina se ha incrementado en forma notable en los últimos años, una gran proporción de mujeres que han consumido alcohol alguna vez en la vida, han continuado con el hábito de consumo durante los últimos años.

Las mujeres metabolizan el alcohol más lentamente que los hombres, lo que facilita su rápida acumulación en la sangre, alcanzando estados de ebriedad o intoxicación en menor tiempo. Las relaciones con amigos y la búsqueda de estados de ánimo de placer y de alegría y el contexto familiar tienen un papel protagónico en las características del consumo femenino, las prácticas sexuales de riesgo, la violencia, la depresión, embarazos no deseados, agresividad y daños físicos, son algunas de las principales causas del uso excesivo de alcohol; las mujeres que presentan dependencia y abuso de las bebidas alcohólicas pertenecen a redes sociales con más integrantes o usuarios de ingesta de alcohol (Notimex, 2012).

Las consumidoras de alcohol tienen una mayor necesidad de explorar y buscar nuevas sensaciones, así como experimentar a través de las bebidas embriagantes el uso de nuevas sustancias como drogas, debido a que perciben el uso o el abuso de esta sustancia como un medio de liberación e igualdad con los hombres (Notimex, 2012).

Cuando se habla de alcoholismo femenino, se considera como un problema social por dos motivos; por una parte, no puede excluirse el contexto social del origen del alcoholismo debido a que las personas se socializan en un contexto determinado y ese medio establece una relación con las diferentes sustancias psicoactivas capaces de crear dependencia, por otra parte, las consecuencias derivadas del alcoholismo repercuten directa o indirectamente en el entorno social (Gómez, et al., 2010).

Según Coffey & Atkinson (2003), el significado que las personas le atribuyen a las cosas o a las conductas, se considera un resultado social, que surge como producto de la interacción entre los seres humanos, los significados atribuidos son dinámicos, debido a que se construyen o se transforman con la interrelación y las experiencias vividas dentro de una situación específica. Por tal motivo la conducta de consumo de alcohol tiene un condicionante social del cual las mujeres forman parte (Cortaza & Villar, 2008). Existe múltiple y variada información vinculada con este fenómeno de estudio, sin embargo, escasas investigaciones se han enfocado a explorar el significado del consumo de alcohol en mujeres pertenecientes a colonias populares o de escasos recursos.

El significado del consumo de alcohol en las mujeres, ha presentado variaciones en las últimas décadas, sin embargo se ha comprobado de manera parcial que la principal influencia para que las mujeres empiecen con la ingesta de alcohol, es a causa que quieren sentirse dentro de un grupo social y en algunos casos por depresión, debido a que dicha situación en la que se encuentran las mujeres tiene un vínculo estrecho con el consumo excesivo de alcohol y las mujeres que beben solas en el hogar, tienen más probabilidades que otras de desarrollar posteriores problemas con la bebida (Alonso, et al., 2011).

El consumo excesivo de alcohol es más común entre las mujeres que nunca se han casado, o que viven con alguien, pero no están casadas, o que están divorciadas o separadas (El efecto del divorcio en el futuro consumo de bebidas alcohólicas por parte de una mujer podría depender, de si ésta ya bebía en exceso durante su matrimonio). Una mujer cuyo esposo bebe en exceso tiene más probabilidades que otras mujeres de beber demasiado; incluyendo a las mujeres que sufrieron abuso sexual en la niñez tienen más probabilidades de desarrollar problemas con el consumo de bebidas (Alonso, et al., 2011).

Por ello es necesario e importante que las mujeres conozcan los riesgos del consumo de alcohol y como afecta en su salud, es indispensable que se consideren todos los elementos biológicos y psicosociales en los ámbitos de prevención o tratamiento. Por todo lo antes mencionado

se estableció el objetivo de investigación enfocado a explorar el significado del consumo de alcohol desde la perspectiva de mujeres habitantes de colonias populares del sur de México.

El marco filosófico que sustentó el estudio, estuvo constituido por la corriente del Interaccionismo Simbólico. El Interaccionismo Simbólico (IS), se fundó en la Escuela de Chicago, por Blumer, quien le otorgó el nombre y le dio forma definida al movimiento en base a los apuntes publicados póstumamente en un libro titulado *Mind, Self and Society* del filósofo, sociólogo y psicólogo George Mead (Chaparro, 1992).

El IS es una de las corrientes del pensamiento microsociológica, relacionada también con la antropología y la psicología social, que se basa en la comprensión de la sociedad a través de la comunicación y que ha influido enormemente en los estudios sobre los medios. Esta corriente se sitúa dentro del paradigma interpretativo, que analiza el sentido de la acción social desde la perspectiva de los participantes. Este paradigma concibe a la comunicación como una producción de sentido dentro de un universo simbólico determinado (Chaparro, 1992).

El Interaccionismo simbólico cuenta con tres premisas que rigen esta corriente sociológica y son:

1.- Las personas actúan sobre los objetos de su mundo e interactúan con otras personas a partir de los significados que los objetos y las personas tienen para ellas. Es decir, a partir de los símbolos, el símbolo permite, además, trascender el ámbito del estímulo sensorial y de lo inmediato, ampliar la percepción del entorno, incrementar la capacidad de resolución de problemas y facilitar la imaginación y la fantasía (Blumer, 1969).

2.- Los significados son producto de la interacción social, principalmente la comunicación, que se convierte en esencial, tanto en la constitución del individuo como en (y debido a) la producción social de sentido. El signo es el objeto material que desencadena el significado y el significado, el indicador social que interviene en la construcción de la conducta.

3.- Las personas seleccionan, organizan, reproducen y transforman los significados en los procesos interpretativos en función de sus expectativas y propósitos.

De acuerdo a Caulley (2007), el significado que una cosa encierra para una persona es el resultado de las distintas formas en que otras personas actúan hacia ella en relación con esa cosa, los actos de los demás producen el efecto de definirle la cosa a esa persona, por lo cual el IS considera que el significado es un producto social, una creación que emana de y a través de las actividades

definitorias de los individuos, a medida que interactúan (Cortaza & Villar, 2008).

Por tal motivo las actividades de los demás intervienen como factores positivos en la formación de su propio comportamiento, ante los actos ajenos, una persona puede abandonar una intención, reconsiderarla, intensificarla o sustituirla (Blumer, 1969). Todo individuo ha de lograr que su línea de acción encaje de alguna manera en las actividades de los demás, estas han de ser tomadas en cuenta, sin considerarlas simplemente como un ámbito para la expresión de lo que uno está dispuesto a hacer o planea realizar (Caulley, 2007).

El IS se cimienta en ideas básicas o imágenes que describen temas como: sociedades, grupos humanos, interacción social, objetos, el ser humano como agente, los actos humanos y la interconexión de las líneas de acción. Consideradas en conjunto, estas imágenes, representan el modo en que el IS contempla el comportamiento y la sociedad humana (Blumer, 1969; Caulley, 2007).

Esta corriente sostiene que el significado que las cosas encierran para el ser humano constituye un elemento central en sí mismos, se considera que ignorar el significado de las cosas conforme al cual actúan las personas, equivale a no analizar el comportamiento sometido a estudio de forma completa, dado el papel crucial que el significado desempeña en la formación del comportamiento (Blumer, 1969; Caulley, 2007).

## MATERIALES Y MÉTODOS

Estudio no experimental, transversal con enfoque cualitativo se utilizó el Interaccionismo Simbólico, ya que se indagó la comprensión del significado que las mujeres le atribuyen al consumo de alcohol, mediante el método de la Teoría Fundamentada (interpretación continua y comparación de contrastes) y su fuente de datos fue el grupo focal, donde se aplicaron las construcciones sociales a través de ideas, percepciones y puntos de vista personales y colectivos (Glaser & Strauss, 1967). La población de interés estuvo constituida por mujeres entre 19 a 57 años de edad, habitantes de colonias populares del sur de México, el muestreo fue teórico, en términos de Glaser & Strauss (1967), consistió en recopilar información para generar teoría, a partir de que el analista al mismo tiempo recoge, codifica y analiza sus datos, hasta llegar a la saturación de las categorías. Este muestreo estuvo compuesto por todas aquellas mujeres que desearon participar de manera voluntaria en los grupos focales, integrados cada uno entre 7 a 10 participantes.

Se realizaron cuatro grupos focales, cada uno en diferentes zonas de las colonias, se efectuó una sesión por cada

grupo focal, con la ejecución de los cuatro grupos focales se logró la saturación de conceptos; la saturación es el criterio a partir del cual, el investigador decide no buscar más información relacionada con una determinada categoría, porque considera que la información sobre los conceptos se repite sistemáticamente y no aporta nueva información (Glaser & Strauss, 1967).

Para explorar el significado de consumo de alcohol en las mujeres, se desarrolló una Guía de Preguntas Cualitativas para los grupos focales, las preguntas correspondieron a grandes temas que permitieron indagar el significado a través de la discusión focal, además de una conclusión que se construyó a partir de aportaciones orales y la presentación verbal de la conclusión en el grupo focal. Para el estudio se contó con la aprobación del Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud, así como el consentimiento informado de las mujeres participantes.

En primer término, se realizó la invitación casa por casa a participar de manera voluntaria en el proyecto, a través de los grupos focales, se les informó a las mujeres sobre la importancia de su participación, se dio a conocer los objetivos, procedimientos y tiempo de duración del grupo focal, a las mujeres que deseaban participar, se les entregó en ese momento el consentimiento informado impreso para obtener la autorización de las participantes.

El estudio se apegó a lo dispuesto en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud (México. Secretaría de Salud, 1987). Así mismo se contó con la autorización de la Universidad Autónoma del Carmen y con la aprobación del Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud.

El análisis de los datos se efectuó por medio de la revisión de contenido, línea por línea de los textos derivados de las narraciones de los grupos focales, se realizó codificación axial y selectiva hasta definir las categorías centrales del estudio.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente estudio fue factible la aplicación empírica de la corriente del interaccionismo simbólico de Blúmer (1969), el cual fue enfocado a explorar el significado atribuido al consumo de alcohol, en una muestra de 32 mujeres, residentes de colonias populares del sur de México.

El perfil socio demográfico de las participantes mostró, que la mayoría de las mujeres tienen entre 19 y 57 años de edad, se observó que la principal ocupación que desempeñan son las labores del hogar, sin embargo, las que se dedican a trabajar realizan actividades vinculadas al comercio y otras a ser damas de compañía (cabe señalar que el término de "damas de compañía" se conceptualizo

por ellas mismas, como actividades relacionadas con el comercio de sexo [sexoservidoras]).

Respecto a la escolaridad las mujeres informaron tener primaria completa y algunas con secundaria incompleta o completa. En relación a las personas con quienes viven las mujeres, se encontró que en su mayoría habitan con sus parejas y/o esposos e hijos, otras viven solas, esto tiene relación con los hallazgos encontrados por Boo, et al. (2011), quienes manifestaron que el consumo de alcohol es similar en las mujeres que viven dentro de un núcleo familiar, con las mujeres que en su caso viven solas, demostrando que el vivir en familia o de manera independiente no se considera un factor protector para el consumo de esta sustancia en las mujeres.

El presente estudio demostró que la mayoría de las mujeres empezó a consumir alcohol entre los 13 y 20 años de edad; los hallazgos difieren a lo reportado por Cortaza & Villar (2008), quienes evidenciaron que las mujeres tuvieron el primer contacto con el etanol entre los 10 y 12 años de edad. Sin embargo, Gómez, et al. (2008), manifestaron que, para el comienzo del hábito alcohólico, influyen varios factores y algunas de las mujeres consideran que el inicio de su consumo es coincidente con sus primeros contactos con el alcohol.

También se pudo identificar que cada mujer le atribuye un significado al consumo de alcohol, el cual está relacionado principalmente con las actitudes, motivos, interacción social y efectos secundarios.

Este significado se construyó desde la perspectiva del Interaccionismo Simbólico que permitió identificar cuatro categorías con sus respectivas subcategorías; la primera es la actitud, las subcategorías son factores positivos y factores negativos; la segunda son los motivos, las subcategorías son motivos positivos y motivos negativos; la tercer categoría es la interacción social, las subcategorías son interacción con la pareja e interacción familiar y amigos y por último los efectos secundarios al consumo de alcohol, donde se establecieron las subcategorías efectos secundarios físicos y emocionales (Figura 1).

En relación con las actitudes, las mujeres presentaron actitudes más positivas que negativas, ya que expresaron que... *cuando tomo una cerveza me siento alegre, contenta, con ganas de convivir y platicar (GA5, GB2, GC7, GD9)... a veces siento las ganas de tomarme una cervecita y empieza una por una y de ahí pues no puedo parar, siguen las otras y eso me hace sentir feliz (GA2, GC1, GD5)... yo si me echo mis chelas, me gustan me ponen contenta (GA1, GB3, GC10)... yo pienso; cuando veo a una mujer tomada, así me he de ver yo y los demás se burlan, uno no sabe cuándo estará en esa situación (GD4, GA2, GA1). A*

*mí no me gusta emborracharme y que me vean, no quiero que mis nietos tomen porque es feo (GD2, GD8).* Aunque no existen investigaciones relacionadas con la actitud de las mujeres de colonias populares hacia el consumo de alcohol, si se han realizado investigaciones de la actitud en los adolescentes, como la de López, et. al (2013), quienes evidenciaron que a pesar de reconocer que el consumo de alcohol es una conducta más cercana a lo poco saludable, perjudicial, mala e insegura, mantienen una actitud positiva hacia el consumo de esta sustancia. Así mismo las mujeres le otorgan un significado al consumo de etanol vinculado con las emociones, la pertenencia a grupos, el entorno social y los efectos, esto tiene relación con lo mencionado por Cortaza & Villar (2011).

Respecto a los motivos que tiene las mujeres para consumir alcohol, la influencia más fuerte y directa fue por parte de sus parejas o esposos y por motivos personales, ya que en sus expresiones orales dijeron que... *cuándo yo empecé a tomar fue por una decepción (GA1, GB2, GC10, GD7)... bueno pues uno toma porque a veces se siente uno sola o triste (GB2, GD1, GA4, GA2, GB5)... a veces empezamos a tomar por que creciste lejos de tu mamá o familia y una se refugia en mala compañía (GD1, GA4)... tomo para olvidarme de mis problemas en mi caso eso es (GA3)... cuando lo consumo me digo porque lo hice (GA3, GB1, GA5, GC6)... bebo alcohol cuando me voy a fiestas con mis amigos, cuando salíamos del trabajo, para distraernos o cuando salgo a los antros o discotecas (GB4, GB3, GD9)... pues a veces comenzamos a tomar, porque nuestros maridos nos engañan con otra (GC2, GD3)... yo la mera verdad tomo porque él es mujeriego y con eso se me olvida que anda con una y con otra (GB1, GB4, GC5, GC8).* Lo antes mencionado tiene vinculación con lo que encontraron Gómez, et al. (2010), que entre los principales motivos por los que las mujeres beben, se encuentran la sensación de que algo no funciona en sus vidas y el alcohol llena un vacío, o cumple una función, siendo un medio para aliviar tensiones o conseguir satisfacciones.

En relación con la interacción social las mujeres dijeron que el alcohol contribuía a tener una interacción social con sus parejas, familia y amigos, esto concuerda con lo publicado por la Tomás & Sellés (2015), cuya organización manifestó que el entorno familiar, los amigos, las redes de apoyo social, influyen sobre el desarrollo de los patrones de consumo de alcohol, a su vez pone en evidencia que la estabilidad en las relaciones de pareja ha sido relacionada en forma positiva con el consumo de esta droga, mientras que las alteraciones en las relaciones, se vinculan más probablemente con patrones de consumo nocivo, el consumo de alcohol por parte de algún miembro de la familia, sirve en la mayoría de las ocasiones como modelo para ingerir

bebidas embriagantes, las mujeres que establecen interacción social con amigos o amigas que beben en exceso, suelen ser bebedoras excesivas también.

Los datos antes mencionados, se pueden comprobar a través de narraciones como... *cuando conocí a mi pareja, pues él tomaba, ahí pues me invito y comencé yo a tomar con él (GA2, GA7)... cuando él llega de trabajar acalorado se echa su chela y pues yo lo acompaño también con una y me platica como le fue en la chamba (GC5, GD6,...) comencé a consumirlo porque mi esposo me invitaba (GB1, GC4, GD2)... empecé a beber alcohol porque cuando convivía con mis amigos me invitaba (GA3, GC7, GD3, GD6)... lo consumo con la familia en eventos como navidad, fin de año y cumpleaños (GB4, GA5, GD7)... yo tomo porque me gusta la cerveza, por compañerismo, por gusto con mis amigos (GB5, GB3, GA7, GB1)... tomo en cada festejo de cumpleaños, por alegría y distraerme un rato (GB4, GB6, GA6)... comencé a tomar en casa de mi vecina o con mi comadre para hacer amigos (GB1, GC3, GD5)... a veces que llega mi amiga de improvisto a mi casa y me invita y nos ponemos a tomar (GA4, GB3, GC8, GD2).*

Referente a los efectos secundarios al consumo de alcohol, las entrevistadas enfatizaron en que estos son físicos y/o emocionales, en el aspecto físico mencionaron que después del consumo se sienten mal, que tienen dolor de cabeza y huesos, se les baja la presión, se levantan de mal humor, esto tiene relación con los que mencionan Natera, et al. (2001), que todas estas alteraciones fisiológicas son producidas por la presencia de etanol en la sangre y se derivan como consecuencia del uso excesivo de esta droga lícita, lo que se identificó mediante los siguientes códigos... *me duelen todos los huesos y todo el cuerpo, me siento morir (GA5, GB3, GD6)... después de que tomo, al día siguiente siento que me va estallar la cabeza (GA2, GB2, GC1, GD9)... yo al día siguiente me estoy muriendo también se me baja la presión, por eso ya casi estoy dejando de tomar (GA3, GD5).* Mientras tanto en el aspecto emocional comentaron sentir cambios en el estado del humor, fatiga y alteraciones principalmente vinculadas con la autoestima como... *no quiero saber nada, ni ver a nadie (GA5, GC2)... me levanto de mal humor y molesta, me siento sin ganas de pensar en nada (GB2, GC6)... después de tomar me siento mal, me siento fea, no salgo para nada, ni quiero que nadie me vea así (GB6, GC9).* Estos resultados difieren de lo hallado por Cortés & Moto (2015), que refiere que se ha relacionado el consumo de alcohol con la desinhibición, desorden de conducta y depresión, existiendo principalmente una tendencia hacia la toma de riesgos, la impulsividad y la búsqueda de sensaciones relacionadas con el consumo de alcohol frecuente y excesivo.

Es importante señalar que el componente cualitativo sobre el consumo de alcohol y la aplicación de la corriente del Interaccionismo Simbólico, contribuyo a que las mujeres en sus relatos y narraciones hablaron sobre las actitudes, los motivos, interacción social y efectos secundarios. Sin embargo, el postulado planteado en la presente investigación permite identificar que la actitud positiva o negativa de las mujeres hacia el consumo de alcohol, está condicionado por una serie de aspectos emocionales, sociales y culturales, como factores que intervienen en la explicación de la conducta de consumo de esta sustancia.

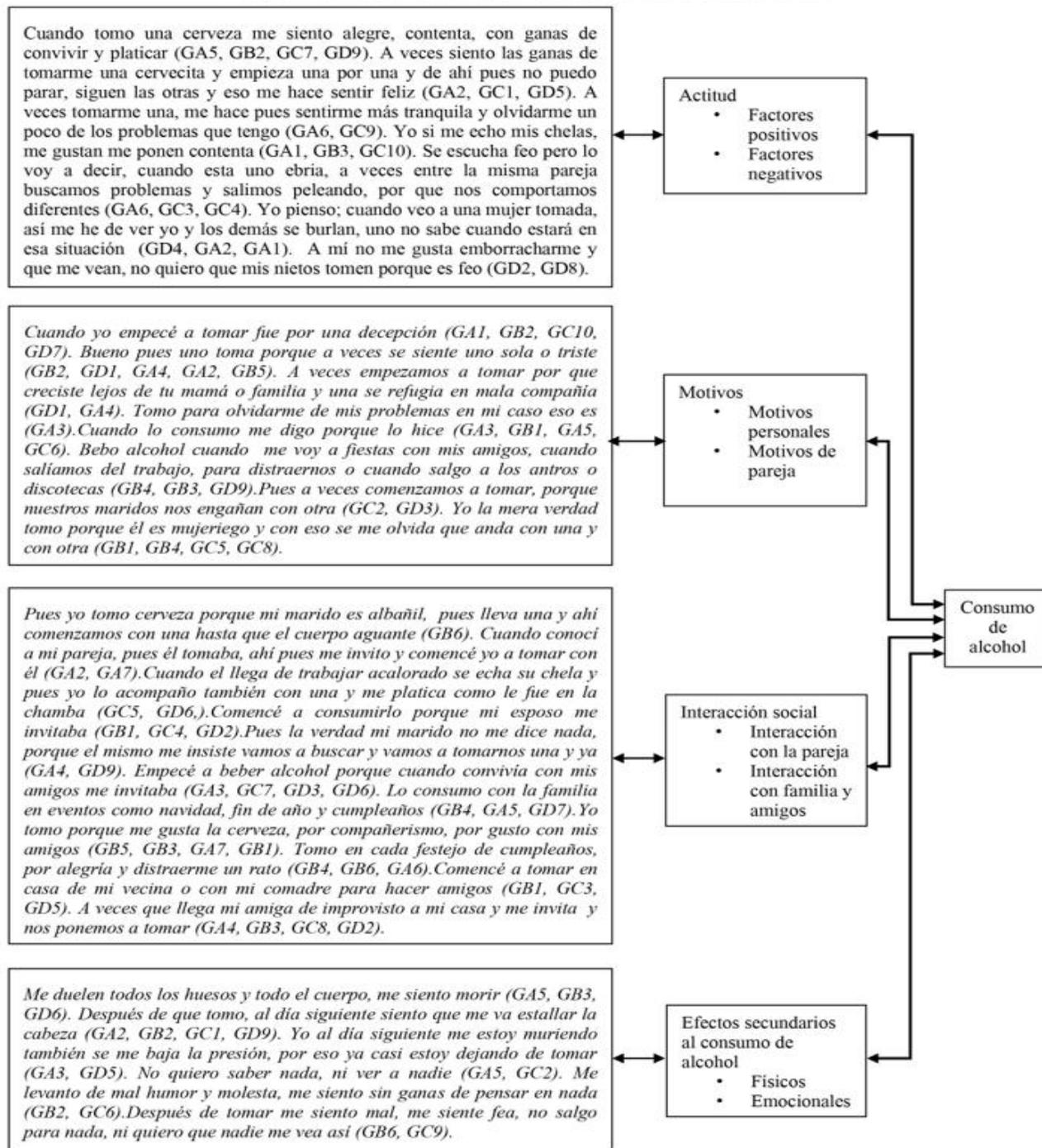


Figura 1. Diagrama del significado del consumo de alcohol.

## CONCLUSIONES

En conclusión podemos decir que los hallazgos del presente estudio, podrán ser la base del cuidado de Enfermería en la prevención de adicciones, considerando el diseño y aplicación de intervenciones disciplinares específicas, que contribuyan de manera significativa al desarrollo de competencias para generar estilos de vida saludables en las mujeres, además el aplicar la corriente filosófica del Interaccionismo Simbólico favoreció un mejor acercamiento al fenómeno de estudio y una comprensión mayor del significado que las mujeres otorgan al consumo de esta sustancia tóxica.

Se recomienda replicar el estudio, en mujeres que pertenezcan a colonias populares de otros Estados del país, con el fin de confirmar los resultados mostrados en la presente investigación. Se sugiere implementar acciones específicas de Enfermería, que contribuyan de manera significativa a la disminución del consumo de etanol en las mujeres y se propone continuar realizando estudios sobre el significado de consumo de alcohol en mujeres que habitan en otro contexto y pertenecientes a otra clase socioeconómica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahumada-Cortez, J. G., Gámez-Medina, M. E., & Valdez-Montero, C. (2017). El consumo de alcohol como problema de salud pública. *Ra Ximhai*, 13(2), 13-24.
- Alonso-Castillo, M. M., López-García, K. S., Esparza-Almanza, S. E., Martínez-Maldonado, R., Guzmán-Facundo, F. R., & Alonso-Castillo, B. A. (2009). Violencia contra la mujer y su relación con el consumo de drogas en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México. *Investigación en Enfermería: Imagen y desarrollo*, 11(1), 81-95.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Boo-Vera, D., Martínez-Torres, J., Montesinos-Balboa, J. E., & Espinosa-de Santillana, I. (2011). Consumo de alcohol en mujeres y síntomas psicopatológicos en atención primaria. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 49(4), 413-418.
- Caulley, D. N. (2007). Symbolic Interactionism: An Introduction, an Interpretation, an Integration. *Qualitative Research Journal*, 6(2), 225-227.
- Chaparro, H. (1992). Metodologías cualitativas: algunas notas desde el interaccionismo simbólico. *Contratexto*, (5), 77-87.
- Coffey, A., & Atkinson, P. (2003). Encontrar el sentido a los datos Cualitativos: estrategias complementarias de investigación. Universidad de Antioquia.
- Cortaza, L., & Villar, M. A. (2008). Surge en mi otra mujer: Significados del consumo de alcohol en mujeres mexicanas. *Esc Anna Nery Revista de Enfermagem*, 12(4), 693-698.
- Cortaza, L., & Villar, M. A. (2011). Unión y Agresión: La Vida en Pareja De Mujeres Alcohólicas. Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. *Saúde & Transformação Social / Social Change*, 1(2), 27-32.
- Cortés Tomás, M., & Moto Sellés, P. (2015). Cómo definir y medir el consumo intensivo de alcohol. Universitat de València.
- Glaser Barney, G., & Strauss Anselm, L. (1967). The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research. *New York, Adline de Gruyter*, 17(4), 364.
- Gómez, J., Valderrama-Zurán, J. C., Girva, T., Tortajada, S., & Guillot, J. (2008). Mujeres Dependientes de Alcohol o Cocaína: un estudio comparativo desde una perspectiva cualitativa Adicciones. *Sociedad Científica Española de Estudios sobre el Alcohol, el Alcoholismo y las otras Toxicomanías*, 20(3), 237-244.
- Gómez, J., Arnal, A., Martínez, A.M. & Muñoz, D. (2010). Mujeres y Uso del Alcohol en las Sociedades Contemporáneas. *Revista española De drogodependencia*, 35(3), 273-284.
- México. Instituto Nacional de Salud Pública. (2011). Encuesta Nacional de Adicciones. [http://www.uade.inpsiquiatria.edu.mx/pagina\\_contenidos/investigaciones/ena\\_208index.html](http://www.uade.inpsiquiatria.edu.mx/pagina_contenidos/investigaciones/ena_208index.html)
- México. Secretaría de Salud. (1987). Reglamento de la ley general de salud en materia de investigación para la salud. <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rlgsmis.html>
- Natera-Rey, G., Borges, G., Medina-Mora, M.E., Solís-Rojas, L., & Tiburcio Sainz, M. (2001). La Influencia de la Historia Familiar de Consumo de Alcohol en Hombres y Mujeres. *Salud Pública de México*, 43(1), 17-26.
- Notimex. (2012). Aumenta consumo de alcohol entre mujeres. Centro de Integración Juvenil, México. <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/crece-consumo-de-alcohol-entre-mujeres-revelan-estudios>