



Diversitas: Perspectivas en Psicología

ISSN: 1794-9998

revistadiversitas@correo.usta.edu.co

Universidad Santo Tomás

Colombia

Flórez, Ivonne Andrea; Trujillo, Ángela María

¿Tomar no tomar?: análisis de los motivos de consumo y no consumo de alcohol en jóvenes

Diversitas: Perspectivas en Psicología, vol. 9, núm. 1, 2013, pp. 199-215

Universidad Santo Tomás

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67926246003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

¿Tomar no tomar?: análisis de los motivos de consumo y no consumo de alcohol en jóvenes*

To Drink or not to Drink?: Analysis of Alcohol Consumption and non Consumption Reasons in Adolescents

Ivonne Andrea Flórez

Ángela María Trujillo**

Universidad de La Sabana, Colombia

Recibido: 20 de febrero de 2012

Revisado: 4 de junio 4 de 2012

Aceptado: 17 de julio 17 de 2012

Resumen

El estudio analiza los motivos de consumo y no consumo en los adolescentes de un colegio de Chía. Se realizó un estudio cualitativo de análisis de contenido en donde se desarrolló una aproximación cualitativa por medio de preguntas abiertas; para posteriormente crear las categorías de análisis y cuantificar los resultados. La aplicación se llevó a cabo en una muestra de 282 adolescentes. Los resultados identifican las categorías y subcategorías de los motivos de consumo, las cuales muestran las diferentes temáticas y cuestiones que los jóvenes describen para argumentar el por qué consumir o no alcohol. La discusión resalta la importancia de generar programas preventivos que tengan en cuenta los motivos de consumo y no consumo de los jóvenes, que tengan en cuenta diferencias individuales en los estudiantes, que promueva los recursos personales como factores de protección y que desestimen las asociaciones culturales del consumo de alcohol en los jóvenes.

Palabras clave: adolescentes, consumo de alcohol, motivos de consumo, motivos de no consumo, prevención.

* Artículo de investigación. Proyecto de prevención de consumo de sustancias en jóvenes escolarizados de Chía, Cundinamarca, Colombia. Universidad de La Sabana.

** Correspondencia: Ángela Trujillo, Facultad de Psicología, Universidad de la Sabana. Correo electrónico: angela.trujillo@unisabana.edu.co. Dirección Postal: Campus Universitario Puente del Común, Km. 7, Autopista Norte de Bogotá, Chía, Cundinamarca. Colombia. Apartado: 53753.

Abstract

The study analyzes the reasons for consuming alcohol or not among adolescents in a school in Chia. The study has a content analysis qualitative approach, in which open-ended questions were used. Later on, categories of analysis were created and through a quantitative approach results were assessed. The study was conducted on a sample of 282 adolescents. Results identify the categories and subcategories of consuming reasons, which show the various themes and issues that young people described. The discussion highlights the importance of developing prevention programs that take into account the reasons young people have to use or not consume alcohol. These programs should attend to individual differences in students, promote personal resources and protective factors that discourage cultural associations with alcohol use in young people.

Keywords: adolescence, alcohol consumption, reasons for consumption, reasons for non consumption, prevention.

Introducción

El consumo de alcohol en adolescentes es una preocupación social (Mason et ál., 2011), debido a que abre las puertas al consumo de otras drogas (Trujillo, 2009), aumenta la probabilidad de presentar un consumo problemático de alcohol más adelante (Odgers et ál., 2008), se asocia con conductas delictivas en menores de edad (Sanabria, 2010), con consecuencias negativas como el abuso, la embriaguez, entre otras (Trujillo, Pérez y Scopetta, 2011) y afecta el desarrollo biológico (White, 2003), la salud, (Lara, 2009) y los procesos de aprendizaje y socialización de los jóvenes (Simons-Morton, 2007). Así, se resalta la importancia de realizar estudios que estén dirigidos a aportar información útil en el ámbito de la prevención del consumo de alcohol (Mason et ál., 2011; Odgers et ál., 2008).

Diferentes investigaciones han mostrado que las creencias acerca del consumo del alcohol influyen sobre la decisión de iniciar el uso de esta sustancia (Andrew, Hampson, Barklet, Gerrard y Gibbons, 2008). La teoría del aprendizaje social sostiene que estas creencias se nutren de las experiencias indirectas relacionadas con el consumo, en donde la familia, los amigos, los medios de comunicación y el contexto cultural en el que se desenvuelve el adolescente son las fuentes de las que reciben la información acerca del alcohol (Donovan, Molina y Kelly, 2009; Martino, Collins, Ellickson, Schell y

McCaffrey, 2006). Según las creencias que el adolescente tenga acerca de esta sustancia, se forma una actitud favorable o desfavorable hacia este, y se aumenta o disminuye la probabilidad de que la persona se acerque o no al alcohol (Moral y Ovejero, 2005; Trujillo, Forns y Pérez, 2007).

Diferentes estudios han encontrado que las creencias que los jóvenes tienen del alcohol están distorsionadas. Ya sea positiva o negativamente, la vulnerabilidad frente al alcohol es ilusoria y la percepción se encuentra sesgada por un tinte social y cultural que determina en cierta forma los lugares, los motivos, las personas y, en general, las situaciones en las que los adolescentes consumen o están más dispuestos a consumir (Moral y Ovejero, 2005; Donovan *et al*, 2009; Litt & Stock, 2011).

Asimismo se ha identificado que los jóvenes perciben que el alcohol cumple una función de identificación y cohesión grupal, lo cual implica ciertas tradiciones o rituales sociales que justifican su consumo, viéndolo como parte de la vida recreativa y cultural de las personas de su edad (Kloep et ál., 2001; Moral y Ovejero, 2005).

En cuanto a la relación entre la edad de los jóvenes y los motivos de consumo de alcohol, también se han realizado numerosos estudios que muestran que estos se van retroalimentando con la experiencia de consumo, van cambiando conforme

se genera nueva información y se desarrollan otros procesos de socialización (Andrews et ál., 2008; Gibbons et ál., 2004; Masten, Faden, Zucker y Spear, 2009). En una investigación realizada por Cranford, Zucker, Jester, Puttler y Fitzgerald (2010) se muestra que las expectativas que tienen los jóvenes frente al consumo están en función de la etapa del desarrollo y se convierten en un factor de vulnerabilidad a medida que aumenta la edad. En su estudio se evidencia un cambio de expectativas frente al consumo de alcohol, de negativas a positivas, durante la adolescencia temprana, y se establece que especialmente en los últimos grados del bachillerato, estas expectativas positivas aumentan significativamente.

Asimismo, investigaciones pasadas han mostrado que entre séptimo y octavo grado hay un incremento más acelerado de las expectativas positivas hacia el consumo de alcohol; el grado séptimo representa un punto de transición en la trayectoria general de los motivos y expectativas del consumo de alcohol (Faden, 2006; Oliva, Parra y Sánchez, 2008). Así, los estudios han confirmado que a medida que crecen los adolescentes, hay mayor permisividad social frente al consumo de alcohol, menor percepción de riesgo, mayor percepción de beneficios y mayores oportunidades de consumo. Esto, debido a que al ir creciendo se debilitan las actitudes de oposición al consumo y aumenta la aceptación ante la experimentación con el alcohol (Moral y Ovejero, 2005; Moral, Rodríguez y Sirvent, 2004).

La literatura y las investigaciones encuentran como motivos de consumo en adolescentes la búsqueda de sensaciones, la curiosidad, la vinculación grupal, el escapar de la rutina y el poder experimentar sentimientos de euforia, desinhibición y vigorosidad. Las motivaciones para no consumir se relacionan con la percepción de que es dañino para la salud y de que puede causar accidentes, problemas de dependencia y conflictos económicos o familiares (Comasco et ál., 2010; Bekman et ál., 2011). Se resalta en algunos adolescentes la valoración de la experimentación como fin último, es decir, saciar la curiosidad sin pretender ir más allá de la sola prueba (Moral y Ovejero, 2005).

Aunque se le ha prestado menor atención a los motivos que los adolescentes tienen para no consumir alcohol, estudios recientes muestran que los motivos para no tomar predicen abstinencia, menor uso de alcohol en la adolescencia y una menor prevalencia de consumo en la adultez (Anderson et ál., 2011; Epler, Sher y Piasecki, 2009).

Con base en lo anterior, encontramos que los motivos que los jóvenes tienen para consumir o mantener la abstinencia están relacionados con lo que perciben acerca del alcohol, las expectativas de consumo, las claves contextuales y la percepción de la aprobación de la conducta. Así, esta investigación analiza los motivos de consumo y no consumo en los adolescentes de un colegio de Chía, para construir categorías acerca de las motivaciones que tienen los jóvenes para tomar una decisión de consumo de alcohol a su edad. La investigación se realizó en el mismo colegio, en donde la mayoría de estudiantes comparten variables sociodemográficas familiares y procesos de socialización. Con el fin de observar cómo cambian estos motivos a medida que crecen, encontrar puntos de encuentro en los diferentes cursos y finalmente identificar variables de intervención para la prevención del consumo de alcohol. Este estudio se ubica en la línea de investigación "Salud y Contextos de Interacción" de la Universidad de La Sabana.

Método

Diseño

Se utilizó un método cualitativo de análisis de contenido (Pope, Mays, Popay, 2007), donde, a partir de las respuestas dadas por los jóvenes en una serie de preguntas abiertas dirigidas a indagar sobre las motivaciones de consumo y no consumo, se crearon categorías y, finalmente, se cuantificaron los resultados para determinar el número de respuestas de cada curso para cada categoría creada. Se utilizó este tipo de técnica porque permite conocer los aspectos específicos que se querían indagar sin sesgar ni dirigir las respuestas de los estudiantes, identificar las categorías de motivaciones generales que giran alrededor de

una decisión de consumo del adolescente y comparar las respuestas de los estudiantes de todos los grados.

Participantes

La muestra de este estudio fue de 282 estudiantes de los grados 5° de primaria a 11 de bachillerato de un colegio mixto de Chía de estrato 3 y 4. El rango de edad de la muestra total era de los 9 a los 18 años. La tabla 1 muestra la distribución de los estudiantes y el rango de edad para cada curso. Los participantes fueron contactados por medio del colegio, quien colaboró con el permiso de los padres.

Tabla 1.

Distribución de la muestra según el número de estudiantes y el rango de edad para cada curso

Curso	Número de estudiantes entrevistados	Rango de edad de los estudiantes
Quinto	42	9-11 años
Sexto	43	11-12 años
Séptimo	40	12-13 años
Octavo	37	13-14 años
Noveno	43	14-15 años
Décimo	42	15-16 años
Once	42	16-18 años

Fuente: autores.

Instrumento

Se realizó una encuesta de siete preguntas abiertas que permitiera responder a los objetivos del estudio, de las cuales solo se utilizaron las preguntas que representaban las categorías de análisis del estudio: *motivos para consumir* y *motivos para no consumir alcohol*. Para el desarrollo de las preguntas se hizo una propuesta inicial por parte de cada una de las investigadoras seguido de una puesta en común. La encuesta muestra validez de contenido, en tanto que las preguntas fueron revisadas por jueces expertos en el tema de consumo de sustancias.

Posteriormente, las pruebas fueron aplicadas a cinco jóvenes de edades similares para determinar si las preguntas se entendían y si permitían obtener respuestas cortas, además de que cumplieran con el objetivo del estudio. No fue necesario modificar ninguna de las preguntas propuestas. El procedimiento de aplicación garantizó que las respuestas de los estudiantes reflejaran cada variable que se quería indagar.

Las preguntas de la encuesta contenían los siguientes enunciados: 1). Piensa en una situación en la que alguien de tu edad (puedes ser tú mismo) se haya negado a consumir alcohol. Describe brevemente cuáles pueden ser las principales razones o motivos por los que esta persona se negó. 2. Piensa en una situación en la que alguien de tu edad (puedes ser tú mismo) haya consumido alcohol. Describe brevemente cuáles pueden ser las principales razones o motivos por los que esta persona lo hizo.

Procedimiento

Como primera medida, se contactó al colegio en donde se llevó a cabo la investigación. Cumpliendo los lineamientos éticos de la APA, se elaboró un consentimiento informado para que fuera firmado por los padres que accedían a que su hijo(a) participara en el estudio. Una vez se tuvieron los consentimientos informados se inició el proceso de aplicación de la encuesta. El instrumento fue aplicado grupalmente en cada uno de los grados durante una de las horas de clase y fueron realizadas por el mismo entrevistador en todos los casos. Después se transcribieron las respuestas, para primero, identificar los motivos que los estudiantes mencionaban, en donde se tenían en cuenta todas las razones señaladas incluyendo particularidades e idiosincrasias de los estudiantes; segundo; construir las categorías de análisis generales y específicas por cada curso, etiquetando y definiendo cada categoría y subcategorías correspondiente y; tercero, cuantificar los resultados ubicando las respuestas de cada estudiante dentro de las categorías construidas, para finalmente contar las frecuencias de respuestas para cada curso.

Resultados

A continuación se presentan los resultados para el análisis de categorías, el sistema de codificación de los motivos de consumo que señalan los jóvenes y las frecuencias de respuestas que se encuentran dentro de cada categoría y subcategoría para cada curso.

Análisis de categorías

Para la creación de las categorías y subcategorías de los motivos de consumo y no consumo de los adolescentes se clasificaron las respuestas de los estudiantes según los principales motivos mencionados (tablas 1 y 2). Esta categorización de las respuestas dadas por los estudiantes fue llevada a cabo de manera independiente por cada uno de los investigadores, para después discutirlos, determinar las categorías y subcategorías finales y, así, clasificar las respuestas de los estudiantes para determinar las frecuencias.

Como criterios de inclusión para etiquetar, agrupar y mantener o eliminar las categorías y subcategorías se tuvieron en cuenta la frecuencia de los estudiantes por cada subcategoría, la literatura acerca de los motivos de uso y no uso de alcohol en adolescentes y la pertinencia de cada categoría en términos de la relevancia para propuestas preventivas. Es importante tener en cuenta que las categorías y las subcategorías no son excluyentes y que un estudiante podía tener respuestas en más de una subcategoría y categoría. Debido a esto, los porcentajes de las categorías fueron estimados sobre el número total de respuestas y no sobre el número de estudiantes.

Codificación de las motivaciones expresadas por los adolescentes

Motivos para no consumir: el análisis realizado sobre los diferentes motivos descritos por los que un joven (menor de edad) a su edad no tomaría alcohol dio como resultado ocho categorías. En la tabla 2 se presentan las categorías y las definicio-

nes y porcentajes de estudiantes que reportaron respuestas en cada subcategoría.

La categoría *recursos personales* identifica las respuestas que hacen referencia a motivaciones morales, principios o valores que surgen de la propia ética, creencias religiosas o personalidad del joven y está compuesta por 8 subcategorías (tabla 2). Por otra parte, la categoría *normas y leyes* hace referencia a todas las descripciones que señalaban como razones para no consumir la presencia de figuras de autoridad, las regulaciones legales y prohibiciones que pueden significar algún tipo de castigo para el joven en el evento que consuma.

La categoría de *salud física y mental* se define como aquellas razones relacionadas con el daño que el consumo de alcohol pueda generar al organismo y a la salud del estudiante (tabla 2). En la categoría de *pérdida de control* se agrupan todas las respuestas de los estudiantes que hacen referencia a la decisión de no tomar para evitar problemas personales relacionados con un consumo problemático o el desarrollo de una adicción. La quinta categoría, *imagen*, incluye todos los motivos relacionados con las consecuencias negativas que el consumo de alcohol puede causar en la imagen social del joven o en lo que puedan pensar los demás de él.

La categoría de *miedo* contiene las respuestas en las que los estudiantes mencionan esta emoción como razón principal para decidir no consumir. La categoría *barreras del momento* hacen referencia a circunstancias especiales y particulares de la situación en la que se pueda encontrar el joven y que hace que este se abstenga de consumir alcohol. Por último, en la categoría de *no percibe beneficios* se agrupan las razones en donde los estudiantes señalan que el alcohol no les despierta ningún interés o que no perciben ninguna ventaja que puedan obtener con su consumo.

Tabla 2.

Codificación de los motivos por los que un adolescente no tomaría alcohol

Codificación de los motivos por los que un adolescente no tomaría alcohol relatados por los adolescentes		
Recursos personales		
Categoría	%	Definición
Creencias	10%	Se niega a consumir alcohol por su religión, sus costumbres, creencias personales o por convicción.
Autoestima	1%	Se niega a consumir alcohol porque se quiere y tiene una alta autoestima.
Ética	25%	Se niega a consumir alcohol porque considera que es un acto incorrecto, que está mal, es malo, y que lo correcto es negarse.
Educación	11%	Se niega a consumir alcohol por la educación que ha recibido, las enseñanzas que le han inculcado en la casa, o por respeto a la crianza que le han dado sus padres.
Principios y valores	16%	Se niega a consumir alcohol porque va en contra de sus principios y valores y respeta su vida y su salud.
Personalidad	13%	Se niega a consumir alcohol porque es reponsable, autónomo, maduro y tiene el derecho y la capacidad de decir que no.
No quiere seguir ejemplo familia	1%	Cuando el jóven se niega a consumir alcohol porque no quiere seguir el ejemplo de personas allegadas y familiares. Porque quiere ser diferente.
Reflexión	23%	Se niega a consumir alcohol porque tiene criterio, es consiente de los daños que puede causar o reflexiona sobre las consecuencias.
Normas y leyes		
Menor edad/pequeño	55%	Se niega a consumir alcohol porque es menor de edad o esta muy pequeño.
Prohibiciones	41%	Se niega a consumir alcohol porque está prohibido, no lo dejan, lo castigan, lo regañan, o personas de autoridad no se lo permiten.
Conducción	4%	Se niega a consumir alcohol porque tiene que manejar.
Salud física y mental		
Perjudicial/daño	58%	Se niega a consumir alcohol porque esta sustancia es dañina, perjudicial, o mala para el organismo y la salud en general.
Borrachera	10%	Se niega a consumir alcohol porque no se quiere emborrachar o embriagar.
Efectos indeseados	29%	Se niega a consumir alcohol para evitar consecuencias físicas negativas y efectos indeseados de la bebida tales como la muerte, malestar físico o alguna enfermedad.
Problemas psicológicos o mentales	3%	Cuando el joven se niega a consumir alcohol para evitar el desarrollo o el agravio de algún problema psicológico o una enfermedad mental.

Codificación de los motivos por los que un adolescente no tomaría alcohol relatados por los adolescentes

Pérdida de control

Evitar la adicción	54%	Se niega a consumir alcohol para no volverse un vicioso, un vago, un alcohólico, un borracho o no desarrollar algún problema con la bebida.
Evitar problemas	42%	Se niega a consumir alcohol para evitar accidentes, imprudencias o consecuencias indeseadas para él u otras personas.
No saben tomar	4%	Se niega a consumir alcohol porque no sabe tomar o no controla la bebida.

Imagen

No aparentar	20%	Se niega a consumir alcohol por que no quiere aparentar o dársele de algo que no es.
Por no hacer ridículo	33%	Se niega a consumir alcohol para no hacer el ridículo.
Por lo que puedan pensar los demás	47%	Se niega a consumir alcohol por lo que puedan pensar los demás de él.

Miedo

Inexperiencia	11%	Se niega a consumir alcohol porque no tiene experiencia con el alcohol y no sabe cómo pueda reaccionar.
Miedo a consecuencias y efectos	67%	Se niega a consumir alcohol porque le tiene miedo a los efectos físicos que este le pueda generar, o a las consecuencias indeseadas, tales como: atentar contra la seguridad personal, causar accidentes o involucrarse en problemas.
Perder el control	13%	Se niega a consumir alcohol porque le da miedo perder el control de sus actos
A ser descubierto	9%	Se niega a consumir alcohol por miedo a ser descubierto.

Barreras del momento

Ya había tomado	2%	Se niega a consumir alcohol porque ya había tomado en otro momento del día.
No tiene plata	2%	Se niega a consumir alcohol porque no tiene plata.
No quiere (no tiene ganas)	35%	Se niega a consumir alcohol porque en ese momento no quiere o no tiene ganas.
Está castigado	11%	Se niega a consumir alcohol porque está castigado.
En ese momento no es adecuado	44%	Se niega a consumir alcohol porque no puede en el momento, está tomando medicamentos, está en el colegio o está manejando.
Gente que no es de su agrado	5%	Se niega a consumir alcohol porque está con gente que no es de su agrado o personas en las que no confía.
No tiene motivos para tomar	2%	Cuando el joven no tiene ningún motivo por el cual tomar en ese momento.

Codificación de los motivos por los que un adolescente no tomaría alcohol relatados por los adolescentes

No percibe beneficios

No lo necesita	14%	Se niega a consumir alcohol porque piensa que no lo necesita, y que puede estar en una fiesta y disfrutar sin alcohol.
No le interesa	16%	Se niega a consumir alcohol porque no lo considera importante o no encuentra nada interesante en su consumo.
No está de acuerdo	6%	Se niega a consumir alcohol porque no está de acuerdo con su consumo.
No le gusta	64%	Se niega a consumir alcohol porque ya lo probó y no lo quiere volver a hacer, porque no le gustan sus efectos o porque no le gusta el sabor.

Fuente: autores.

De todas las subcategorías, el motivo más mencionado para que un joven de la misma edad del adolescente no consuma alcohol, si alguien le ofrece, es la de *miedo a consecuencias y efectos*, con un 67% de estudiantes que la reportaron. Otras subcategorías mencionadas por más del 50% de los jóvenes entrevistados fueron: *porque no le gusta, es perjudicial/dañino para la salud, porque es menor de edad o es muy pequeño, y para evitar la adicción*. Las subcategorías de motivos para no consumir con los menores porcentajes son: *autoestima, no seguir el ejemplo de la familia, ya había tomado, no tiene plata, no tiene motivos para tomar, puede causar problemas psicológicos o mentales y no saben tomar*.

Motivos para consumir: en la pregunta sobre los motivos por los que un joven de la edad del estudiante toma la decisión de consumir alcohol, cuando alguien le ofrece, se crearon 9 categorías. La tabla 3 incluye los nombres de las categorías creadas y las subcategorías con las definiciones y los porcentajes de estudiantes que las mencionaron.

En la primera categoría, *presión externa*, están todas las respuestas de los motivos de los estudiantes que se relacionan con la influencia que ejerce una tercera persona o un grupo de personas para persuadirlo, convencerlo o hacer que tomara alcohol. La categoría de *imagen* hace referencia a los motivos de consumo relacionados con la decisión de tomar alcohol para evitar que los otros piensen mal de él o para proyectar una

imagen que puede tener mayor reconocimiento ante los demás. Por su parte, la categoría *permisos del momento* incluye todas las respuestas que hacen referencia a condiciones particulares, que pueden llevar a que un joven se dé a sí mismo el permiso de tomar alcohol. La quinta categoría, *estrategias de afrontamiento*, agrupa las respuestas de los estudiantes que mencionan el consumo de alcohol como una opción, para enfrentar situaciones de malestar emocional o manejar los problemas. La categoría *beneficios percibidos* se compone de las respuestas en las que los jóvenes mencionan una ventaja que puede traer el consumo de alcohol como razón para consumir.

La categoría *recursos personales* incluye las respuestas que mencionan la ausencia de habilidades y características personales como razones por las que un joven de la edad de ellos puede aceptar tomar alcohol. En cuanto a la categoría de *pérdida de control* se encuentra referencia a los motivos para consumir, los cuales están relacionados con el nivel de control que tiene el joven sobre la bebida. En cuanto a la categoría de *experimentación* se incluyen todas las respuestas en las que los estudiantes refieren como motivos de consumo razones relacionadas con el deseo de vivir situaciones o sensaciones nuevas, y querer conocer los efectos del alcohol. Finalmente, la novena categoría, *motivos sociales*, agrupa todos los motivos de consumo que señalan algún evento o reunión de un grupo de personas como un momento adecuado para aceptar tomar alcohol.

Con respecto a los motivos para que un joven de la misma edad tome la decisión de consumir, la subcategoría más mencionada por los estudiantes fue *influencia de amigos*, con un 87% de adolescentes que la nombran. Las subcategorías referidas por más de la mitad de la muestra son *manejo*

de problemas, porque quiere, disfrutar la fiesta, por probar, le gusta y adicción. Las subcategorías menos nombradas por los estudiantes fueron *engaño, brindis, lleva mucho tiempo sin tomar, desaburrirse, relajación, desinhibición, no le importa su salud, embriaguez, e impulsividad* (tabla 3).

Tabla 3.

Codificación de los motivos por los que un adolescente tomaría alcohol

Codificación de los motivos por los que un adolescente tomaría alcohol relacionados por los adolescentes		
Presión externa		
Categoría	%	Definición
Influencia amigos	87%	Decide tomar porque otras personas (amigos o conocidos) le insisten, lo convencen, lo persuaden, o porque su grupo de pares toman.
Engaño	3%	Es engañado por otra persona y por eso consume alcohol.
Lo obligaron	11%	Otras personas lo obligaron a consumir alcohol.
Imagen		
Aparentar	37%	Decide tomar para aparentar, dárselas, mostrarse como una persona más grande, por querer ser adulto o proyectar una imagen diferente a la que es la persona.
Quedar bien	25%	Decide consumir alcohol para quedar bien ante un grupo de personas o ante su grupo de pares o por no ser humillado, ridiculizado o rechazado.
Ser aceptado	19%	Decide tomar porque así cree que puede ser aceptado dentro de un grupo.
Moda/ser popular	19%	Decide consumir alcohol porque es lo que está de moda o porque tomando puede ser popular.
Permisos del momento		
Lleva mucho tiempo sin tomar	5%	Decide consumir alcohol porque lleva mucho tiempo sin tomar.
Porque quiere	64%	Decide tomar porque quiere, lo desea hacer y no percibe ninguna barrera que le impida consumir alcohol.
Hacer locuras	14%	Decide tomar porque quiere hacer locuras en ese momento.
Brindis	5%	Decide consumir alcohol para brindar.
Cambiar el ambiente	14%	Decide consumir alcohol porque quiere cambiar el ambiente o sentirse diferente en el momento.

Codificación de los motivos por los que un adolescente tomaría alcohol relatados por los adolescentes

Estrategias de afrontamiento

Manejo de problemas	70%	Decide consumir alcohol para afrontar, olvidar o escapar de situaciones difíciles de la vida, problemas o crisis personales.
Despecho	30%	Decide consumir alcohol porque está despechado y quiere desahogar una pena amorosa.

Beneficios percibidos

Diversión	33%	Decide consumir alcohol para divertirse, pasarla mejor, pasarla bien, pasar un buen rato, estar feliz y estar chévere
Desaburrirse	3%	Decide consumir alcohol para desaburrirse, por distracción, porque no tiene nada más que hacer o porque está despachado.
Relajación	3%	Decide consumir alcohol para relajarse, desestresarse o tranquilizarse.
Le gusta	61%	Decide consumir alcohol por placer porque le gusta la sensación que le produce o porque le gusta el sabor de la bebida.
Deshinibición	2%	Decide consumir alcohol para expresarse, tener más seguridad en sí mismo, coger valor o arriesgarse a hacer algo que se le dificulta hacer sin alcohol.

Recursos personales

No se quiere (baja autoestima)	18%	Decide consumir alcohol porque no se quiere, no se respeta o tiene baja autoestima.
Inconsciente	41%	Aunque conoce las consecuencias negativas del consumo de alcohol, decide tomar.
No le importa su salud	6%	No le importa su salud y por eso consume alcohol.
No tiene personalidad	24%	Decide consumir porque es una persona que no tiene personalidad, madurez o responsabilidad.
No tiene valores o principios	12%	Es una persona sin valores o principios y por eso acepta consumir alcohol.

Pérdida de control

Adicción	52%	Decide consumir alcohol porque tiene problemas con el trago, es alcohólico, un vicioso o un borracho, y no puede negarse a tomar.
Es costumbre	33%	Está acostumbrado a consumir alcohol y por eso decide aceptarlo.
Lo puede controlar	11%	La persona sabe que puede controlar el consumo y por eso decide tomar.
Embriaguez	4%	Decide consumir alcohol porque se quiere emborrachar.

Experimentación

Por probar	62%	Decide consumir alcohol porque quiere probarlo.
Ignorancia	10%	Decide consumir alcohol porque no conoce cuáles son las consecuencias negativas de su consumo; por ignorante.
Impulsividad	1%	Decide consumir alcohol porque es una persona impulsiva y no pensó en lo que estaba haciendo.
Curiosidad de efectos y sabor	27%	Decide consumir alcohol porque le atrajo, porque quiere experimentar nuevas cosas o tiene curiosidad acerca de sus efectos y sabor.

Codificación de los motivos por los que un adolescente tomaría alcohol relacionados por los adolescentes

Motivos sociales

Disfrutar la fiesta	63%	Decide consumir alcohol para compartir con sus amigos, disfrutar la fiesta, entrar en ambiente o prender e iniciar la fiesta.
Eventos sociales	16%	Acepta consumir alcohol porque es un evento social.
Ejemplo social	22%	Decide consumir alcohol porque todo el mundo lo hace y ese es el ejemplo que dan en la sociedad.

Fuente: autores.

Motivos más frecuentes descritos por los jóvenes

El análisis de las categorías propuestas en esta investigación permitió determinar qué motivos eran los más nombrados por los jóvenes en general, tanto para tomar como para no tomar alcohol. Así, como puede observarse en la figura 1, se encontró que de las 624 posibles respuestas dadas por los jóvenes en cuanto a las motivaciones para no consumir alcohol, el 27% hacen referencia a los *recursos personales*. Por su parte, de las 545 respuestas dadas por los jóvenes con respecto a las motivaciones por las que una persona menor de edad consumiría alcohol, el 22% hacen referencia a *beneficios percibidos*, el 20% hacen referencia a *la imagen*.

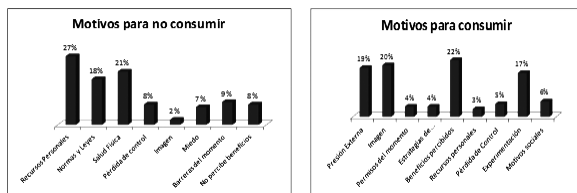


Figura 1. Porcentajes de las categorías de motivos de consumo y no consumo para toda la muestra.

Análisis por curso

Análisis descriptivo de las categorías según el curso: La tabla 4 muestra los porcentajes, de las respuestas encontradas para no consumir, para las categorías en cada curso. Como puede observarse, en el grado quinto la categoría más mencionada fue la de *salud física*, en los grados sexto

y séptimo la de *pérdida de control*, en el grado octavo la de *miedo*, en los grados noveno y décimo la *imagen*, y en el grado once la de *barreras del momento*.

En cuanto a las motivaciones para no consumir alcohol se encontró que la categoría de *recursos personales* disminuye de quinto a octavo y vuelve a aumentar en noveno, con un porcentaje mayor que en los grupos anteriores, siendo octavo un curso de inflexión entre séptimo y noveno. Los estudiantes que más mencionaban los *recursos personales* tales como la ética, la personalidad, los principios y valores como razones para no consumir son los de once. Los estudiantes que menos nombraron esta categoría fueron los de octavo grado. En cuanto a la categoría de *normas y leyes* se encuentra que, entre quinto y noveno, los porcentajes se mantienen en un rango del 13 al 19%, entre noveno y décimo se presenta una disminución del 9% y entre décimo y once una disminución del 4%; en los dos últimos cursos se mencionan menos las normas y las leyes como motivos para no consumir. Los cursos que más nombran la categoría de normas y leyes son los de sexto y noveno.

La categoría de *salud física* tiene los mayores porcentajes de respuesta en los cursos de quinto, sexto y décimo y los menores porcentajes en los cursos de noveno y once. En los primeros cursos se observa una tendencia a que a medida que aumenta el curso disminuye la categoría de *salud física* como motivo para no consumir; sin embargo, esta tendencia varía en octavo y décimo en donde se presenta un aumento en las respuestas

relacionadas con el daño a la salud. En la categoría de *pérdida de control* se observa una disminución significativa entre el paso de noveno a décimo, en donde los cursos de décimo y once presentan el menor porcentaje de respuestas relacionadas con esta categoría. En los cursos de quinto a noveno los porcentajes se mantienen en un rango del 19% al 23%, de nuevo con la excepción de octavo que se tiende a acercarse más a los porcentajes de los cursos mayores. Los resultados muestran que en los cursos de octavo, décimo y once se reconoce menos la posibilidad de que el alcohol pueda generar adicción o problemas como un motivo para no consumir.

Se observa que los cursos de noveno, décimo y once le dan más peso a que la imagen se pueda afectar de manera negativa como motivo para no consumir. En cambio, en los cursos de quinto a octavo esa es una razón que casi no se menciona y que tiene poco peso para una decisión de no consumo. El tema de la *imagen* aparece hasta el grado séptimo como motivo de no consumo. La categoría de *miedo* adquiere mayor importancia a partir del grado octavo, llegando a un mayor porcentaje en el grado décimo.

La categoría *barreras del momento*, al igual que con la categoría de *imagen*, comienza a ser mencionada a partir del grado séptimo, aumentando entre el grado sexto y séptimo, disminuyendo en un menor porcentaje hasta el grado décimo y llegando al punto más alto en el grado once. Los estudiantes de quinto y sexto no reconocen los impedimentos circunstanciales y temporales como motivos de no consumo. Para los estudiantes de once, en cambio, las razones asociadas con circunstancias excepcionales que puedan impedir el consumo de alcohol son las más mencionadas. Finalmente, la categoría de *no percibe beneficios*, comienza a cobrar fuerza en el grado noveno, aumentando casi el doble en el grado décimo y disminuyendo de nuevo en el grado once. Esta categoría es poco mencionada por los estudiantes de quinto a octavo, evidenciando una baja asociación entre la abstinencia y la baja percepción de beneficios.

Tabla 4.

Porcentajes de cada curso en las categorías de motivos para no consumir categoría

Categoría	Curso						
	5to	6to	7mo	8vo	9no	10mo	11
Recursos personales	14%	12%	11%	6%	16%	19%	22%
Normas y leyes	15%	19%	13%	17%	19%	10%	6%
Salud física	20%	18%	14%	15%	9%	18%	8%
Pérdida de control	19%	23%	21%	10%	21%	0%	6%
Imagen	0%	0%	13%	0%	33%	33%	20%
Miedo	4%	0%	9%	20%	22%	27%	18%
Barreras del momento	0%	0%	20%	18%	15%	13%	35%
No percibe beneficios	4%	0%	2%	2%	22%	48%	22%

En la tabla 5 se muestra la descripción que los jóvenes hacen de los motivos para consumir alcohol. Encontramos que en el grado quinto la categoría más mencionada fue la de *estrategias de afrontamiento*, en los grados sexto y séptimo la de *recursos personales*, en el grado octavo la de *presión externa*, en el grado noveno la de *motivos sociales* y en el grado once la de *beneficios percibidos*.

En la categoría de *presión externa* se observa una disminución del porcentaje entre quinto y séptimo y el grado once tiene el menor porcentaje con un 8% de respuestas que hacen referencia a la influencia de los amigos como motivo para tomar. La categoría de *imagen* muestra una tendencia a incrementar con la edad, a excepción del grado octavo, en donde se presenta una disminución. Para quinto, solo un 3% de respuestas mencionaban el *aparentar ante los demás* como motivos de consumo, mientras que para once un 26% de respuestas estaban relacionadas con lo que pudieran pensar los demás, si aceptaba o no tomar alcohol.

En *permisos de momento* se observa que en séptimo esta categoría tiene gran peso para los estudiantes; ya que el 50% de las respuestas nombraban algunos de los motivos de esta categoría.

En cuanto al consumo de alcohol como una *estrategia de afrontamiento*, los resultados muestran que los cursos que más hacen referencia a esa categoría son noveno, quinto y décimo. En los grados de sexto, séptimo y once ningún estudiante menciona que una persona de su edad pueda tomar para afrontar un problema o manejar sus emociones.

Los *beneficios percibidos* son más mencionados por los cursos de décimo y once y menos mencionados en el grado sexto (tabla 5). Por otra parte, la categoría de *recursos personales* tiende a aumentar entre los grados quinto a séptimo, llegando al porcentaje más alto en séptimo. Este disminuye entre los grados octavo y noveno, para volver a aumentar en décimo y once. Según los resultados, en el grado séptimo es donde más se percibe la ausencia de recursos personales como motivo de consumo. En el grado noveno ningún estudiante hizo referencia a esta categoría (tabla 5). En el grado séptimo se presenta el mayor porcentaje de estudiantes que señalan la *pérdida de control* frente a la bebida como una razón para que un joven de su edad consuma. El grado once presenta el menor porcentaje de estudiantes que señalan esta categoría como motivo de consumo. Se observa que en la categoría de *experimentación*, el porcentaje de respuestas tiende a disminuir a partir del grado noveno y tiene mayor peso en el grado sexto. Los estudiantes que menos mencionan la curiosidad y el deseo de vivir nuevas experiencias como razones para aceptar tomar alcohol son los de quinto y séptimo. No hay ningún curso que no haga referencia a esa categoría como motivo de consumo.

Por último, los grados con los estudiantes de menor edad, a excepción del grado séptimo, hacen menor referencia a la categoría de motivos sociales que los grados más altos. En general se percibe que con el tiempo esa categoría comienza a adquirir mayor importancia entre los participantes como razón para consumir alcohol.

Tabla 5.

Porcentajes de cada curso en las categorías de motivos para consumir.

Categoría	Curso						
	5 ^{to}	6 ^{to}	7 ^{mo}	8 ^{vo}	9 ^{no}	10 ^{mo}	11
Presión externa	17%	13%	9%	26%	13%	13%	8%
Imagen	3%	11%	15%	13%	16%	17%	26%
Permisos del momento	5%	0%	50%	14%	14%	14%	5%
Estrategias de afrontamiento	26%	0%	0%	17%	35%	22%	0%
Beneficios percibidos	5%	3%	14%	11%	7%	18%	42%
Recursos personales	12%	18%	35%	6%	0%	12%	18%
Pérdida de control	11%	11%	26%	15%	15%	15%	7%
Experimentación	9%	24%	9%	16%	16%	14%	12%
Motivos sociales	0%	3%	16%	6%	22%	28%	25%

Discusión

El objetivo de este estudio fue analizar las posibles motivaciones por las que los jóvenes consumen o no alcohol y cómo cambian estos motivos a medida que crecen. Además, encontrar puntos de encuentro en los diferentes cursos e identificar variables de intervención para la prevención del consumo de alcohol. A partir del análisis de las respuestas dadas por los jóvenes, se observó que en el proceso de toma de decisiones entran en juego representaciones sociales relacionadas con el imaginario de una persona que consume alcohol, el contexto en particular en el que se encuentren y las claves contextuales que le indiquen si el consumo es aprobado o desaprobado en ese momento en particular, tal como lo mencionan Gerrard, Gibbons, Brody, Murry & Wills (2006) y Pascual, (2002). Así el análisis de una decisión de consumo ante un ofrecimiento depende de la situación en la que se encuentre el joven y no solo de un proceso de reflexión acerca de la peligrosidad de la sustancia.

En el análisis de los motivos de consumo y no consumo se encuentra que las respuestas de los estudiantes reflejan la cultura de consumo de la comunidad a la que estos pertenecen y se nutren de lo que han visto y experimentado en su relación directa e indirecta con el alcohol (Donovan et ál., 2009; Martino et ál., 2006). Así, se encuentran particularidades en las respuestas de los estudiantes y, también, creencias generales y prototipos sociales del consumidor de alcohol que acompañan la motivación que el joven tenga para consumir o no consumir (Spijkerman, Van Den Eijnden, Overbeek, Engels, 2007; Andrews et ál., 2008). Encontramos que el alcohol es reconocido como un objeto de identificación e integración grupal, que sirve para estrechar y fortalecer las relaciones existentes (Kloep et ál., 2001; Moral y Ovejero, 2005).

Tanto en los motivos para consumir como en los motivos para no consumir se repiten categorías tales como las de *imagen*, *recursos personales* y *pérdida de control*, mostrando que dos jóvenes pueden utilizar un mismo motivo como razón para consumir o no consumir. Esto señala que las diferencias individuales representadas en variables tales como: la personalidad, la historia personal, el contexto y las estrategias de afrontamiento de cada persona influyen en las motivaciones de los jóvenes para tomar alcohol. Por otra parte, en la clasificación de los motivos de consumo o no consumo de alcohol se encontró que estos se pueden agrupar en aquellos que tienden a ser más duraderos en el tiempo e intrínsecos y en aquellos motivos que reflejan más una circunstancia en particular, una restricción o un facilitador externo que impide o permite que el joven consuma alcohol en el momento.

Dentro de los principales motivos para no consumir alcohol encontramos que los recursos personales, tales como pensar que no es adecuado hacerlo, tienen gran relevancia en esta muestra. Es decir, que la formulación moral de lo que implica consumir alcohol es una razón a la que le otorgan gran peso; tal vez debido a que son estudiantes de un colegio católico donde los principios morales son parte de la educación integral de los jóvenes. Se evidenció, asimismo, que la salud física y las consecuencias de consumir alcohol son elementos relevantes en el desarrollo de las motivaciones que los jóvenes

aprecian en cuanto al consumo de alcohol. En el cual, piensan que al beber puede afectarse esa parte del ser humano, motivo suficiente para no consumir. Se valora la salud física y mental de la persona; además, se le teme a los daños que se puedan presentar, es decir, hay cierta percepción de riesgo que puede llegar a disminuir la intención de consumo.

Otras categorías reiteran que, lo encontrado por la literatura y las investigaciones en donde se señalan la percepción de riesgo, percepción de beneficios, el consumo de pares, la presión directa e indirecta, la experimentación y las influencias normativas, se convierten en variables que están directamente relacionadas con la decisión de consumo de los jóvenes (Bekman et ál., 2011; Comasco et ál., 2010; Moral y Ovejero, 2005; Trujillo et ál., 2007). Asimismo, se encuentra la variable de control como una de las más mencionadas por los adolescentes. Se resalta que la percepción que los jóvenes tienen sobre el grado de control frente a la bebida está asociada con la motivación de consumo. Los resultados evidencian la ambivalencia que los adolescentes viven en cuanto al uso de esta sustancia, el cual les genera curiosidad y deseo de saber qué es y qué ocurre, pero les da miedo enfrentarse a consecuencias que se les salgan de las manos.

En cuanto a la evolución que tienen estas categorías, encontramos que tal como lo sugiere el estudio de Cranford, et ál. (2010), a medida que los jóvenes comienzan a crecer tiende a disminuir el pensamiento de oposición y rechazo a las sustancias, se comienza a flexibilizar la postura de los adolescentes y se vuelve más relativa y sujeta a una circunstancia en particular. Esto se debe a la retroalimentación que van viviendo a partir del consumo experimental, el cual disminuye la percepción de riesgo frente a la sustancia. Por ello, a medida que crecen, padres y figuras significativas comienzan a aprobar más el consumo en los jóvenes o a una preparación mental que disminuye distorsiones cognitivas y les permite tomar una decisión de consumir sin sentir que se están traicionando.

Como hallazgos generales se observa que, en los motivos para no consumir, los *recursos personales*, *las normas* y *las leyes* y el daño a la *salud física*,

tienden a mantenerse en todos los cursos con porcentajes altos de respuestas, mostrando que independientemente de la edad o el grado al que el joven permanezca, estas categorías representan razones que hacen que los jóvenes rechacen un ofrecimiento de consumo de alcohol. Las categorías de *imagen*, *miedo*, *barreras del momento* y *no percibe beneficios*, tienden a aparecer en séptimo y a presentarse más en los cursos mayores, con un porcentaje nulo o muy pequeño de estudiantes de cursos de quinto y sexto. Eso se puede dar porque a medida que crecen, los jóvenes van ampliando el marco de alternativas frente al consumo y tienden a flexibilizar más el pensamiento frente a la posibilidad de tomar alcohol.

Vale la pena resaltar que en los cursos menores, el miedo a las consecuencias de consumir alcohol no se evidencia tan claramente como en los cursos mayores. Esto puede deberse a que los mayores probablemente ya han experimentado con el alcohol y tal vez han tenido malas experiencias con este. Por otra parte, en muchas de las categorías se encuentra que séptimo y octavo eran cursos que representaban la excepción de la tendencia. Esto se relaciona con lo encontrado en las investigaciones que muestran que los grados séptimo y octavo representan puntos en los que los estudiantes comienzan a cambiar su postura frente al consumo en cuanto comienzan a tener mayor experiencia directa con el mismo y se ven en la necesidad de reevaluar sus creencias (Faden 2006; Oliva, Parra, y Sánchez, 2008).

Por otra parte, hay grupos que muestran mayor similitud en los porcentajes de las categorías, estos grupos son, por un lado, quinto y sexto y, por otro lado, décimo y once; lo cual puede indicar etapas similares de desarrollo y de socialización. Llama la atención que algunas categorías muestran porcentajes muy altos en algunos cursos y aparecen de manera reiterativa en las respuestas de los estudiantes, mientras que estas mismas categorías pueden no mencionarse en otros grados. Esto puede significar que los motivos y las creencias del consumo de alcohol pueden estar más asociados con procesos de socialización y dinámicas de interacción cultural, familiar y social, particular de cada

curso, que a cambios relacionados con un proceso de maduración.

Finalmente, en términos de las implicaciones del estudio para los programas de prevención, el análisis de las categorías muestra la importancia de desestimar asociaciones culturales que generen una percepción de aprobación del consumo en menores de edad y que hacen que los jóvenes hagan excepciones de consumo de alcohol en reuniones sociales, familiares, celebraciones personales o cuando están en fiesta con amigos.

Se resalta la necesidad de que los programas preventivos inicien a una edad temprana, años antes de que los jóvenes comiencen a experimentar con el consumo y la necesidad de direccionarlos a las familias y comunidades para generar modelos adecuados de consumo de alcohol, además de un cambio de postura frente al uso de esta sustancia en menores de edad. Por otro lado, se debe buscar aumentar la responsabilidad que tienen las figuras significativas en una posterior decisión de consumo de alcohol del adolescente.

Las categorías construidas también señalan la pertinencia de realizar acciones preventivas que apunten a aumentar la motivación interna del joven para no consumir. Todo esto, a la luz de una postura personal de oposición al consumo, que sea coherente con sus valores y principios, como de un refuerzo a aquellos impedimentos circunstanciales, tales como: normatividad en la casa, dificultad de acceso, un castigo más fuerte para los consumidores menores de edad y mayor supervisión, que pueden hacer que el joven postergue su edad de inicio de consumo de alcohol y disminuya la frecuencia de consumo.

Para terminar, se establece la importancia de trabajar en las habilidades de afrontamiento y en los recursos personales, como factores protectores frente al consumo. Se sugiere reforzar la imagen personal como algo opuesto al consumo de alcohol, para desestimar las actitudes favorables que se tengan y promover la idea de que el consumo de esta sustancia puede disminuir el grado de control que tienen sobre su vida. Se reitera la importancia de generar programas de prevención donde se

identifiquen los beneficios percibidos del alcohol y se busquen alternativas para conseguirlos de otra forma. Otro resultado importante para el ámbito de la prevención es la necesidad de buscar programas que tengan en cuenta variables como la personalidad, las historias indirectas de consumo, estrategias de afrontamiento y particularidades de los jóvenes, para que puedan responder a necesidades específicas de un grupo de personas con características similares. La mayoría de programas de prevención no tienen en cuenta diferencias personales que puedan hacer que un motivo de consumo en un adolescente se convertirá en un motivo de no consumo para otro adolescente. Finalmente, se hace evidente que los programas de prevención deben comenzar a contextualizar y especificar situaciones que facilitan el consumo de alcohol en los jóvenes, en las cuales, estos se dan permisos para tomar. Adicionalmente, intervenir en el desarrollo de habilidades, para situaciones concretas, tales como: fiestas, celebraciones y tiempo de ocio.

Limitaciones del estudio

Al ser un estudio descriptivo no permite establecer el grado de asociación ni la significancia de las relaciones encontradas. Asimismo, debido a que los jóvenes de la muestra presentan unas características sociodemográficas particulares, es necesario replicar la investigación en otro tipo de población para ver el grado de generalización de los resultados.

Referencias

- Anderson, K., Grunwald, I., Bekman, N., Brown, S. & Grant, A. (s.f). Motives and expectancies for use and nonuse in adolescence. *Addictive Behaviors*, 36(10), 972-979.
- Anderson, K., Ramo, D., Cummins, K. & Brown, S. (2010). Alcohol and drug involvement after adolescent treatment and functioning during emerging adulthood. *Drug and alcohol dependence*, 107, 171-181.
- Andrews, J., Hampson, S., Barklet, M., Gerrard, M. & Gibbons, F. (2008). The effect of early cognitions on cigarette and alcohol use during adolescence. *Psychology of Addictive Behaviors*, 22(1), 96-106.
- Bekman, N. M., Anderson, K. G., Trim, R. S., Metrik, J., Diulio, A. R., Myers, M. G. & Brown, S. A. (2011). Thinking and drinking: alcohol-related cognitions across stages of adolescent alcohol involvement. *Psychology of Addictive Behaviors*. Doi: 10.1037/a0023302.
- Comasco, E., Berglund, K., Orelund, L. & Nilsson, K. W. (2010). Why do adolescents drink? Motivational patterns related to alcohol consumption and alcohol-related problems. *Substance Use & Misuse*, 45(10), 1589-1604.
- Cranford, J., Zucker, R., Jester, J., Puttler, L. & Fitzgerald, H. (2010). Parental alcohol involvement and adolescent alcohol expectancies predict alcohol involvement in male adolescents. *Psychology of addictive behaviors*, 24(3), 386-396.
- Donovan, E., Molina, B. & Kelly, T. (2009). Alcohol outcome expectancies as socially shared and socialized beliefs. *Psychology of Addictive Behaviors*, 23, 248-259.
- Epler, A., Sher, K. & Piasecki, T. (2009). Reasons for abstaining or limiting drinking: a developmental perspective. *Psychology of Addictive Behavior*, 23, 428-442.
- Faden, V. (2006). Trends in initiation of alcohol use in the United States. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 30(6), 1011-1022.
- Gerrard, M., Gibbons, F. X., Lane, L. S., Wills, T. A., Brody, G. & Conger, R. D. (2004). Context and cognitions: environmental risk, social influence and adolescent substance use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1048-1061.
- Gerrard, M., Gibbons, F. X., Brody, G. H., Murry, V. M. y Wills, T. A. (2006). A theory-based dual focus alcohol intervention for preadolescents: social cognitions in The Strong African

- American Families Program. *Psychology of Addictive Behaviors*, 20, 185-195.
- Kloep, M., Hendry, L., Ingerbrigsten, J., Glendinning, A. & Espness, G. (2001). Young people in drinking societies? Norwegian scottish and swedish adolescents' perception of alcohol use. *Health Education Research*, 16, 279, 291.
- Lara, C. (2009). Diseño del cuestionario de creencias referidas al consumo de alcohol para jóvenes universitarios. *Diversitas*, 5(2), 337-347.
- Litt, D. M. & Stock, M. L. (2011). Adolescent alcohol-related risk cognitions: the roles of social norms and social networking sites. *Psychology of Addictive Behaviors*. Doi: 10.1037/a0024226.
- Martino, S., Collins, R., Ellickson, P., Schell, T. & McCaffrey, D. (2006). Socio-environmental influences on adolescents' alcohol outcome expectancies: a prospective analysis. *Addiction*, 101(7), 971-983.
- Mason, W., Toumbourou, J. W., Herrenkohl, T. I., Hemphill, S. A., Catalano, R. F. & Patton, G. C. (2011). Early age alcohol use and later alcohol problems in adolescents: Individual and peer mediators in a bi-national study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 1939-1501.
- Masten, A. S., Faden, V. B., Zucker, R. A. & Spear, L. P. (2009). A developmental perspective on underage alcohol use. *Alcohol Research & Health*, 32(1), 3-15.
- Moral, M. y Ovejero, A. (2005). Análisis diferencial por niveles de edad de las actitudes hacia el consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes españoles. *Revista Interamericana de Psicología*, 39(3), 325-338.
- Moral, M., Rodríguez, F. y Sirvent, C. (2004). Motivadores de consumo de alcohol en adolescentes: análisis de diferencias intergénero y propuesta de un continuum etiológico Spiral. *Adicciones*, 17(2), 105-120.
- Odgers, C., Caspi, A., Nagin, D., Piquero, A., Slutske, W., Milne, B., Dickson, N., Poulton, R. & Moffit, E. (2008). Is it important to prevent early exposure to drugs and alcohol among adolescents? *Psychological Science*, 19(20), 1037-1043.
- Oliva, A., Parra, A. y Sánchez, I. (2008). Consumo de sustancias durante la adolescencia: trayectorias evolutivas y consecuencias para el ajuste psicológico. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 8(1), 153-169.
- Pascual, F. (2002). Percepción del alcohol entre los jóvenes. *Adicciones*, 14(1), 123-132.
- Sanabria, A. (2010). Factores psicosociales de riesgo a conductas problemáticas en jóvenes infractores y no infractores. *Diversitas*, 6(2), 257-274.
- Simons-Morton, B. (2007). Social influences on adolescent substance use. *American Journal of Health Behavior*, 31(6), 672-684.
- Spikerman, R., Van Den Eijnden, R., Overbeek, G. & Engels, R. (2007). The impact of peer and parental norms and behavior on adolescent drinking: the role of drinker prototypes. *Psychology and Health*, 22(1), 7-29.
- Trujillo, A. (2009). *Percepción de riesgo, estrés y consumo de drogas: estudio transcultural entre adolescentes de Barcelona y Bogotá* (tesis doctoral).
- Trujillo, A., Forns, M. y Pérez, A. (2007). Uso de sustancias y percepción de riesgo: estudio comparativo entre jóvenes de Bogotá y Barcelona. *Adicciones*, 19, 179-190.
- Trujillo, A., Pérez, A. y Scopetta, O. (2011). Influencia de variables del entorno social sobre la ocurrencia de situaciones problemáticas asociadas al consumo de alcohol en adolescentes. *Adicciones*, 23, 349-356.
- White, A. (2003). Substance use & adolescent brain development. *Youth Studies Australia*, 22(1), 39.