



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

ESTADO DEL ARTE SOBRE
ACTITUDES HACIA EL CONSUMO DE
ALCOHOL EN ADOLESCENTES DE
LATINOAMÉRICA DESDE EL 2017
HASTA EL 2022

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

NOELIA ISABEL MILERA LOAIZA

LIMA - PERÚ

2023

ESTADO DEL ARTE SOBRE ACTITUDES HACIA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ADOLESCENTES DE LATINOAMÉRICA DESDE EL 2017 HASTA EL 2022

por Noelia Isabel Milera Loaiza

Fecha de entrega: 13-jun-2023 04:54p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2115494885


Nombre del archivo: Tesis_por_Estado_del_Arte_Noelia_Isabel_Milera_Loiza.docx (182.19K)

Total de palabras: 14711

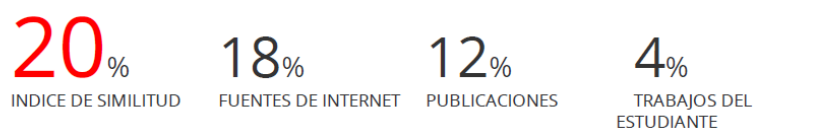
Total de caracteres: 80110

ESTADO DEL ARTE SOBRE ACTITUDES HACIA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ADOLESCENTES DE LATINOAMÉRICA DESDE EL 2017 HASTA EL 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



Mg. Susana Mamani



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upch.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	www.mir.es Fuente de Internet	1%
4	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%

MIEMBROS DEL JURADO

Dr. CARLOS ALBERTO LÓPEZ VILLAVICENCIO

Presidente

Mg. RITA SELENE ORIHUELA ANAYA

Vocal

Dr. ALBERTO AGUSTÍN ALEGRE BRAVO

Secretario

ASESOR DE TESIS

Mg. SUSANA ELIZABETH MAMANI GUERRA

DEDICATORIA

A mi madre y hermanos,
con todo el amor del mundo.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por el apoyo emocional y la motivación constante que me brindaron durante la realización de este estudio.

A mi asesora de tesis, por los conocimientos compartidos a lo largo del proceso de investigación.

A mis docentes de la carrera de psicología, por las enseñanzas durante mi etapa de formación universitaria, ya que estos aprendizajes fueron valiosos durante la realización del presente trabajo.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN

ABSTRACT

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Presentación e importancia del tema	1
2. ANÁLISIS DEL ESTADO DEL ARTE	4
2.1. Conceptualización y alcance del tema.....	4
2.1.1. Definición de actitud.....	4
2.1.2. Actitudes hacia el consumo de alcohol.....	5
2.1.3. Enfoques explicativos sobre actitudes hacia el consumo de alcohol.....	7
2.1.4. Adolescencia.....	16
2.1.5. Consecuencias de la Pandemia en adolescentes	17
2.2. Métodos de estudio del tema	20
2.3. Estudios acerca del tema.....	27
2.3.1. Consumo de alcohol en adolescentes peruanos	27
2.3.2. Consumo de alcohol en adolescentes durante Pandemia COVID-19..	30
2.3.3. Motivos de consumo de alcohol en los adolescentes.....	32
2.3.4. Actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes.....	34
2.3.5. Actitudes hacia el consumo de alcohol y sexo en adolescentes	36
2.3.6. Actitudes hacia el consumo de alcohol y edad en adolescentes	38
2.3.7. Actitudes hacia el alcohol y otras variables en adolescentes.....	40
2.4. Reflexiones teóricas sobre el tema	43
2.5. Impacto teórico y social del tema.....	49
3. CONCLUSIONES	51
REFERENCIAS	54

RESUMEN

El consumo de alcohol suele iniciar en la adolescencia; ya que, durante este periodo, el individuo posee determinadas características que lo hacen vulnerable. En los últimos años, se ha reportado que el consumo de bebidas alcohólicas en los adolescentes se está dando a edades más tempranas que años anteriores. El interés por retrasar y reducir el consumo de alcohol, ha llevado a que investigadores aborden el tema y muchos de ellos han señalado que la actitud es el factor individual más importante en el inicio de consumo alcohol. Por ello, este trabajo busca conocer las actitudes hacia el consumo de alcohol que poseen los adolescentes. Para lo cual se hace uso de una metodología documental que incluye revisiones bibliográficas de países latinoamericanos desde el 2017 al 2022. De la revisión se concluye que, las actitudes más presentes en los adolescentes son facilitador social y actitud evasiva, lo que indica que los adolescentes suelen considerar al alcohol como un agente que permite o facilita la interacción social y que ayuda a evadir o enfrentar conflictos personales, familiares y sociales.

Palabras clave: actitudes, consumo de alcohol y adolescentes.

ABSTRACT

Alcohol consumption usually begins in adolescence; since, during this period, the individual possesses certain characteristics that make him vulnerable. In recent years, it has been reported that the consumption of alcoholic beverages in adolescents is occurring at younger ages than in previous years. The interest in delaying and reducing alcohol consumption has led researchers to address the issue and many of them have pointed out that attitude is the single most important factor in the initiation of alcohol consumption. Therefore, this work seeks to know the attitudes towards alcohol consumption that adolescents have. For which, a documentary methodology is used that includes bibliographic reviews of Latin American countries from 2017 to 2022. From the review it is concluded that the most present attitudes in adolescents are social facilitator and evasive attitude, which indicates that adolescents they tend to consider alcohol as an agent that allows or facilitates social interaction and helps to avoid or face personal, family and social conflicts.

Key words: attitudes, alcohol consumption and adolescents.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación e importancia del tema

El consumo de alcohol es una práctica común en Latinoamérica, ya que su uso es considerado un medio que facilita la relación entre personas. Estas bebidas son aceptadas socialmente y su consumo está presente en celebraciones o reuniones sociales (Boza, Núñez & Antúnez, 2021). De acuerdo a Hernández et al. (2018) la aceptación social y la legalidad de las bebidas alcohólicas propicia la oportunidad de consumirlas a edades tempranas. Según el informe realizado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2019), el uso de bebidas alcohólicas inicia en América antes de los 15 años. En Perú, el Ministerio de Salud (MINSa, 2017) reportó que el consumo de alcohol empieza a los 12.6 años en promedio; siendo en la sierra urbana la edad aún menor, 11.9 años en promedio. El alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida por los adolescentes, el 29.5% de estudiantes de secundaria lo consumen, de los cuales el 46.1% presentan un consumo problemático (Cabanillas, 2020). Teniendo en cuenta lo mencionado, el consumo de bebidas alcohólicas durante la adolescencia constituye una problemática presente en la sociedad.

Durante la adolescencia, los individuos buscan actividades excitantes, gratificación inmediata, acercamiento a los amigos y aceptación de los pares; sin embargo, el control de impulsos, las habilidades de afrontamiento y el sistema de valores aún no está desarrollado completamente (Góngora et al., 2019). Este es un periodo donde el sujeto comienza a aprender sobre el mundo y encontrar un lugar en él (Rodríguez, 2017). Estas características de los adolescentes propician el

consumo de bebidas alcohólicas durante esta etapa (Márquez-Cervantes & Gaeta-González, 2017).

El consumo de alcohol tiene efectos más perjudiciales en la adolescencia que en la adultez, debido a que el cerebro del adolescente se encuentra en una etapa de desarrollo y maduración. Los enlaces neuronales que permiten la plasticidad cerebral, el área prefrontal que regula el autocontrol y el hipocampo encargado de la memoria son gravemente dañados por el consumo de bebidas alcohólicas (Asociación de Pacientes Hepáticos, 2018). Como consecuencia, los adolescentes consumidores suelen presentar bajo rendimiento escolar, problemas de memoria, violencia interpersonal, suicidio, accidentes, delincuencia juvenil, entre otras conductas de riesgo (Morales et al., 2019). Estos efectos relacionados al consumo de alcohol en la adolescencia no solo afectan al individuo, sino que involucran a la familia, los amigos, compañeros e incluso, desconocidos (Guerra, et al., 2019).

Las actitudes tienen un rol decisivo en la conducta que asume un individuo, porque permiten un posicionamiento favorable o desfavorable frente a un objeto o situación (Moreta-Herrera et al., 2021). En la investigación realizada por Ocaña et al. (2020) se concluye que la actitud es el factor individual más importante en el consumo de alcohol. Asimismo, el estudio realizado por Mayorga-Lascano et al. (2019), ha demostrado que las actitudes favorables al consumo de alcohol hacen más probable que el sujeto inicie en la conducta de consumo. De manera similar, Yupanqui-Lorenzo (2017) señaló que la actitud interviene y modifica el comportamiento de los seres humanos. Esto se debería a que toda conducta no automática requiere de cierto nivel de razonamiento para analizar el

comportamiento a tomar. Las actitudes cumplen un rol decisivo en la conducta que un sujeto desee optar, ya que, si existen actitudes claras y definidas, es más probable que se dé determinado comportamiento (Moreta-Herrera et al., 2021).

El presente estudio es valioso porque permite realizar un análisis crítico de la actitud hacia el consumo de alcohol en adolescentes latinoamericanos, revalorizando el rol que tienen las actitudes en el consumo de dichas bebidas. De esta manera, se fomenta el estudio de esta variable para que futuros investigadores la incluyan en sus proyectos. En la misma línea, a los profesionales de salud les permite comprender la perspectiva del adolescente con problemas de consumo de alcohol, siendo útil durante la intervención terapéutica. Además, la presente recopilación teórica fomenta que en futuros programas de prevención se tengan como base aquellos factores que propician que el adolescente tenga actitudes más favorables al consumo.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente estudio por estado del arte tuvo como objetivo general conocer las evidencias científicas sobre las actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes latinoamericanos que se encuentran entre los 10 y 19 años. Para ello, se plantearon como objetivos específicos: conceptualizar las actitudes hacia el consumo de alcohol, explicar modelos teóricos sobre las actitudes hacia el consumo de alcohol e identificar las actitudes predominantes de los adolescentes latinoamericanos sobre el consumo de alcohol.

2. ANÁLISIS DEL ESTADO DEL ARTE

2.1. Conceptualización y alcance del tema

2.1.1. Definición de actitud

En 1935, Allport (citado en Correa et al., 2019) señala que la actitud es un estado mental que tiene influencia en el comportamiento del sujeto. Además, señala que las actitudes se forman según la experiencia previa de la persona y estas no se pueden observar de manera directa, ya que es de naturaleza subjetiva. En el 2009, Motta (citado en Palacios, 2021) señala que la actitud es la forma, ya sea positiva o negativa, de responder ante una situación, objeto o persona. Este autor menciona que la actitud se encuentra determinada por las creencias, sentimientos y conductas que interactúan interdependiente durante este proceso. Una definición más reciente realizada por Ontiveros et al. (2019) señala que la actitud es la tendencia o predisposición para evaluar un determinado objeto o situación. Esta valoración se realiza en termino de favorable o desfavorable. Asimismo, estos autores manifiestan que la actitud tiene un carácter subjetivo, por ello, para poder conocerla se debe inferir a través de la manera en la que el sujeto se expresa o actúa ante los demás.

De acuerdo a Comas et al. (2017), la actitud presenta las siguientes características. La actitud se forma a partir de las experiencias previas del individuo. Además, es relativamente estable, porque estas pueden ser modificadas de acuerdo a las vivencias del sujeto. Otra característica es que la actitud se desarrolla desde edades muy tempranas, a través del conocimiento adquirido en la vida cotidiana. Por último, la actitud es una evaluación subjetiva que se manifiesta mediante la expresión verbal y no verbal.

Las actitudes cumplen cuatro funciones importantes para la persona. Una de ellas es la utilitaria porque permite que el individuo se acerque al cumplimiento de metas. Otra de sus funciones es la de conocimiento, ya que permite percibir y procesar la información disponible en el medio o entorno sobre el tema en cuestión. La tercera función es la expresión de valores, porque muestra las creencias que se encuentran por detrás de la conducta del sujeto. La última función se relaciona a la defensa del yo, esto quiere decir que las actitudes permiten la preservación de la autoestima, autoconcepto y autojustificación de los propios actos (Correa et al., 2019).

Pulido (2017) señala que las actitudes están formadas por tres componentes básicos que interrelacionan entre sí. Uno de los componentes es el cognitivo, el cual abarca las creencias e ideas que el sujeto posee sobre un objeto. Una actitud surge a partir de una representación cognoscitiva del objeto. El componente afectivo o emocional que hace referencia a todo lo subjetivo como las emociones y sentimientos que despiertan el objeto en el individuo. El componente conductual que representa la tendencia para actuar de determinada manera.

Para el presente estudio se entiende que la actitud es aquella valoración que un sujeto realiza en término favorable o desfavorable sobre un determinado objeto. Aquella se forma a partir de la experiencia del sujeto y es relativamente estable, ya que puede ser modificada.

2.1.2. Actitudes hacia el consumo de alcohol

Las actitudes hacia el consumo de alcohol han sido definidas por diversos autores en los últimos años: González-Yubero et al. (2021) señalan que estas son

valoraciones que indican el modo en que las personas se posicionan frente al uso de bebidas alcohólicas y se expresan en las creencias, sentimientos e intenciones sobre el consumo de esta sustancia. Moreta-Herrera et al. (2021) complementan el concepto indicando que estas actitudes se inclinan hacia uno de los polos, por lo que pueden ser favorables o desfavorables. Por otro lado, Ontiveros-Patiño et al. (2021) manifiestan que las actitudes hacia el alcohol son maneras de sentir y pensar, las cuales se forman a partir de premisas socioculturales del medio donde el individuo se desarrolla.

De acuerdo a Yupanqui-Lorenzo (2017), las actitudes hacia el consumo de alcohol se obtienen de la interrelación de factores culturales específicos y variables individuales que los sujetos adquieren en la experiencia propia. Asimismo, señala que estas reflejan lo que el individuo ha obtenido durante la socialización, es decir, a través de valores y costumbres que ha aprendido del entorno social, familiar, y a través de medios de comunicación. De igual manera, Ocaña et al. (2020) mencionan que las personas a lo largo de la vida van formando creencias sobre la permisividad, la facilitación social, las consecuencias negativas y otros efectos que se le atribuyen al consumo de alcohol, las cuales definen las actitudes que cada uno posee. De tal manera que si el sujeto ha tenido experiencias o resultados satisfactorios generará actitudes positivas, las cuales tendrán un rol importante en la formación de intenciones hacia el consumo de alcohol.

Según Telumbre et al. (2017), las actitudes hacia el alcohol intervienen en la realización de la conducta de consumo, ya que aquellas son el resultado del análisis de comportamientos voluntarios y son un componente decisivo en la

conducta. Es decir, cuando existen actitudes claras, concretas y definidas, aumenta la probabilidad de que se lleve a cabo la conducta. Esto dependiendo del nivel de interiorización que el sujeto realice y cómo percibe la realidad que lo rodea.

Para el presente trabajo, las actitudes hacia el consumo de alcohol son definidas como valoraciones que indican un posicionamiento favorable o desfavorable frente al consumo de bebidas alcohólicas. Este concepto es formulado en base a los aspectos en común de investigaciones actuales sobre el tema.

2.1.3. Enfoques explicativos sobre actitudes hacia el consumo de alcohol

2.1.3.1. Teoría de la Disonancia Cognitiva

Esta teoría fue planteada por Festinger en 1957, a partir del concepto de que todo individuo constantemente busca consistencia en sus actitudes. De acuerdo a este enfoque, si un sujeto experimenta dos o más pensamientos incompatibles se produce una disonancia cognitiva, la cual consiste en una sensación de incongruencia interna que al darse genera en el individuo frustración, tensión y conflicto (Parra-Fabara et al., 2021).

De acuerdo a Festinger (1957, citado en Bravo et al., 2021), un individuo puede experimentar disonancia cognitiva en tres situaciones. Una de ellas ocurre cuando la opinión propia y la opinión de otra persona, que es importante o de mayor estatus, son contradictorias. En este caso, la disonancia será mayor si el individuo tiene baja autoestima, fuerte necesidad de pertenecer y mucha preocupación por el estatus. Un segundo caso se da cuando el individuo recibe una información nueva

y esta es contraria a su cognición previa. Una tercera situación se da cuando la persona transgrede una norma que tiene interiorizada.

El malestar psicológico producido por la disonancia cognitiva puede ser reducido mediante tres formas. Una de ellas consiste en cambiar una de las cogniciones para que estas no se contradigan entre sí. La otra manera es buscar una información nueva que permita reducir la disonancia entre ambos pensamientos, es decir, una información que reafirme uno de los pensamientos evitando los datos que la contradicen. La última manera de reducir la disonancia es alterando o disminuyendo la importancia mental que se le da a una de las cogniciones (Bravo et al., 2021).

A pesar de que existen formas para reducir la disonancia, existen determinadas situaciones que dificultan que la persona realice cambios o que agregue cogniciones. Estas se dan en las siguientes situaciones: cuando la persona encuentra que los cambios son dolorosos o implican una pérdida para la persona, cuando es imposible para el sujeto cambiar de cogniciones y cuando hay resistencia al cambio porque el comportamiento actual es satisfactorio (Bravo et al., 2021).

La Teoría de la Disonancia Cognitiva inicialmente no aborda la actitud hacia el consumo de alcohol y no se han encontrado evidencias actuales de autores que incluyan el consumo de alcohol en este enfoque. Sin embargo, se considera pertinente considerar esta teoría para conceptualizar la actitud hacia el alcohol puesto que contiene elementos que permiten comprender la variable. Partiendo de los principios mencionados en párrafos anteriores, se puede señalar que la actitud hacia el consumo de alcohol está conformada por cogniciones que un sujeto tiene

sobre el consumo de bebidas alcohólicas. Estas son relativamente perdurables, lo cual quiere decir que se mantienen estables o constantes en el individuo mientras no se produzca una situación que cause disonancia cognitiva.

Teniendo en cuenta los planteamientos de Festinger (1957, citado en Bravo et al., 2021), un individuo experimenta disonancia cognitiva cuando ha vivido situaciones que son contrarias a la actitud previa que posee, lo cual podría llevar a que el sujeto modifique su actitud con la finalidad de evitar la sensación de malestar. En cuanto al consumo de alcohol, un sujeto que comienza a experimentar con las bebidas alcohólicas modificará sus actitudes hacia unas más favorables al consumo, para que de esta manera haya concordancia entre lo que piensa y hace, evitando así la sensación de malestar causada cuando hay disonancia. Otra situación que puede generar un cambio de actitudes en el consumo de alcohol sucede cuando un individuo desea pertenecer a un grupo que posee actitudes contrarias a las suyas. El sujeto en su afán de estar acorde al grupo alineará sus actitudes hacia las que tiene el grupo, así estas sean contrarias a las que posee.

2.1.3.2. Teoría de la Acción Razonada

Esta teoría planteada por Ajzen y Fishbein (1975, citado en Castillo, 2018) y se centra en que las personas antes de actuar hacen uso de la información que poseen para analizar las posibles implicancias de ejecutar determinada conducta.

La Teoría de la Acción Razonada fue formulada a partir de la Teoría de la Expectativa-valor y del Modelo MODE. El aporte de la Teoría de la Expectativa-valor consiste en que la valoración de un objeto actitudinal depende de las creencias que una persona tiene sobre determinado objeto. En cuanto al Modelo MODE, este

señala que los objetos con los cuales se tiene más experiencia dan lugar a actitudes más favorables. En otras palabras, la concurrencia con el objeto permite que las actitudes tengan una mayor estabilidad y duración; asimismo, se activen con mayor energía, rapidez y sean las que más influyan en la persona. Sin embargo, esto dependerá de la motivación y de la oportunidad. Es decir, la actitud tendrá una activación automática, cuando el sujeto carezca de motivación y no disponga de la oportunidad para realizar un análisis más detenido del pensamiento (Pintado, 2017).

La Teoría de la Acción Razonada busca asociar la actitud y el comportamiento, para lograrlo menciona tres elementos importantes, los cuales son: actitud, norma subjetiva e intención. La actitud es definida como la creencia sobre que el realizar determinada conducta lleva a ciertas consecuencias. La norma subjetiva hace referencia a la influencia del entorno social sobre la persona. La actitud y la norma subjetiva influyen en la intención de llevar cabo una acción. La intención es la representación mental acerca de lo que se va a realizar (Gil-Girbau et al., 2021).

De acuerdo a los principios mencionados, se puede sostener que la actitud hacia el consumo de alcohol está conformada por creencias, las cuales son el resultado de la evaluación que el sujeto realiza sobre las consecuencias del consumir estas bebidas. Asimismo, los factores socioculturales tales como las costumbres, la religión y los estereotipos son capaces de modificar la actitud hacia el consumo de alcohol.

2.1.3.3. Teoría de la Conducta Planificada

Este modelo teórico es una ampliación de la Teoría de la Acción Razonada, ya que Ajzen (1988 citado en Bassante, 2020) encontró que esta teoría solo se cumplía en situaciones en las cuales el sujeto tenía un estricto control de la situación. Por lo que la Teoría de la Conducta Planificada se crea con la finalidad de incluir aquellas circunstancias que no están bajo el control del individuo. Para ello, se incorpora la percepción de control comportamental como un nuevo elemento a su teoría anterior.

La Teoría de la Conducta Planificada plantea que la actitud, la norma subjetiva y el control conductual percibido son elementos que influyen en la intención, siendo esta el precedente inmediato de la conducta (Ajzen, 1985 citado en De la Hoz, 2021). Estos elementos, excepto el control conductual, han sido definidos en la Teoría de la Acción Razonada. El control conductual es conocido también como percepción de control comportamental o autoeficacia (Castillo, 2018) y es definido por Ajzen (1991, citado en Bassante, 2020) como la facilidad o dificultad que percibe la persona para realizar una conducta. La percepción de control comportamental incluye las creencias acerca de la capacidad personal de poder llevar a cabo una conducta, así como el nivel de control que percibe sobre la realización de la misma (De la Hoz, 2021).

Teniendo en cuenta los planteamientos de la Teoría de la Conducta Planificada, Mayorga-Lascano et al. (2019) indican que las actitudes hacia el consumo de alcohol hacen referencia a las creencias que tiene un sujeto sobre los efectos que provoca el consumo de estas bebidas. Además, estos autores señalan que el control conductual y la norma subjetiva influyen en la formación de actitudes

hacia el consumo de alcohol. El control conductual percibido está formado por creencias sobre la existencia de recursos y oportunidades que facilitan o impiden que el consumo de alcohol se dé. La norma subjetiva hace referencia a la presión social frente al consumo, la baja percepción social de riesgo del alcohol frente a otras drogas, la permisividad social del consumo de alcohol y la introyección de creencias e ideas sociales.

2.1.3.4. Modelo Transteórico del cambio

Este modelo fue desarrollado por Prochaska y Diclemente en 1977, y también es conocido como Modelo de Etapas de Cambio (Rondón & Reyes, 2019). La idea central del modelo consiste en que los cambios de conducta atraviesan una serie de etapas, las cuales son denominadas como etapas de cambio. De acuerdo a estos autores, el cambio es un proceso interno que se da cuando la persona afronta una situación nueva, esta lleva a la modificación de los pensamientos, emociones y conductas. Además, el cambio debe ser un acto voluntario, ya que si se realiza de manera obligada no generará un cambio de ideas o creencias (Northeast and Caribbean Addiction Technology Transfer Center, 2021).

De acuerdo a López et al. (2021), este es un modelo tridimensional, ya que para ser entendido es importante considerar tres aspectos: los estadios, procesos y niveles de cambio.

Los estadios o etapas de cambio son fases que atraviesa un individuo cuando busca cambiar determinada conducta. Las fases no son lineales puesto que puede haber un retroceso a estadios previos; asimismo, no hay un tiempo estimado para permanecer en cierta etapa, ya que el paso de estadio dependerá del logro de ciertas

metas. Los estadios son cinco: pre-contemplación, contemplación, preparación, acción y mantenimiento. La pre-contemplación es la fase en la cual el sujeto no tiene intención de cambio, ya que no es consciente que tiene un problema. En la pre-contemplación el sujeto posee actitudes favorables a la conducta problema y estas actitudes permiten al sujeto tener argumentos para mantenerse en aquella situación. La contemplación es la etapa en la cual el individuo empieza a concebir la posibilidad de cambio, a percibir las ventajas de cambiar la conducta problema; aunque todavía se perciben las desventajas del cambio y esto ocasiona en el individuo una profunda ambivalencia. La etapa de preparación inicia cuando el balance decisional de la persona va en favor del cambio, hay consciencia del problema y ha tomado la decisión de cambiar. En esta fase la persona junto al profesional debe preparar un plan de acción de cambio. La fase de acción se da cuando el plan se lleva a cabo, es decir, cuando se realizan modificaciones en el estilo de vida del sujeto. En esta etapa se debe estar alerta ante posibilidades de recaídas. Por último, el mantenimiento es la fase en la cual el individuo ha logrado cumplir las metas del plan de trabajo. La meta en esta fase es lograr mantener el cambio a largo plazo, para lo cual es importante que el profesional ayude a identificar fuentes sanas de placer y gratificación (Rondón & Reyes, 2019).

Los procesos de cambio son actividades y experiencias en las cuales las personas se involucran para cambiar lo relacionado a la conducta problema. Es decir, hacen referencia a cualquier actividad observable y no observable que se realiza para cambiar pensamientos, sentimientos y conductas. Estos procesos son de dos tipos: experienciales y conductuales. Por un lado, los procesos experienciales o cognitivos hacen referencia a las técnicas o estrategias para cambiar lo que las

personas piensan o sienten respecto a la conducta que causa problema y son los siguientes: la concientización que se relaciona a crear conciencia mediante información sobre los efectos y consecuencias negativas; el despertar emocional que es una estrategia para expresar y experimentar sentimientos relacionados a los problemas causados por dicha conducta; la auto-revaluación que hace referencia a comparar la conducta problema con los valores y metas personales; la reevaluación del ambiente y autorevaluación que consiste en crear conciencia sobre el impacto que tiene su conducta sobre otros y su medio; y la liberación social que busca que sujeto acepte que las normas sociales fomentan el cambio de su conducta. Por otro lado, los procesos conductuales se refieren a acciones observables que la persona realiza para el cambio y son los siguientes: el control de estímulos consiste alterar o evitar las situaciones que pueden ser detonantes de la conducta problema; el contracondicionamiento radica en cambiar las respuestas por unas más saludables frente al estímulo detonante; el manejo del refuerzo consiste en reforzar los cambios positivos de forma inmediata y directa; la autoliberación se refiere a tomar una decisión de cambio, asumiendo el compromiso de realizarlo; y las relaciones de ayuda consiste en promover relaciones interpersonales como familia y amigos que favorecen el cambio positivo (Northeast and Caribbean Addiction Technology Transfer Center, 2021).

Los niveles de cambio se refieren a las áreas donde deben hacerse los cambios para modificar determinada conducta problema. Están ordenadas de manera jerárquica. Los síntomas o situación conforman el nivel más consciente e incluye a aquellos problemas o situaciones generadas por la conducta perjudicial, por lo general son los motivos por los que las personas acuden o buscan ayuda. Las

cogniciones desadaptativas hacen referencia a las creencias, expectativas y evaluaciones que favorecen el mantenimiento de la conducta problema. Los conflictos interpersonales hacen referencia a las interrelaciones de agresividad, hostilidad o impulsividad, los cuales limitan el desarrollo social, familiar, académico o laboral. Los conflictos familiares son aquellos problemas en la dinámica de la familia que causan estrés individual y/o familiar, pudiendo ser un factor precipitante para haya una recaída. Por último, los conflictos intrapersonales hacen referencia a aspectos internos del individuo relacionados a la autoestima, personalidad y manejo de emociones (Berra & Muñoz, 2018).

Las bases del modelo transteórico han sido aplicadas en el cambio de diversas conductas adictivas, entre ellas el consumo de alcohol (Berra & Muñoz, 2018; Giraldo-Ferrer et al., 2018). Asimismo, su uso es recomendado en el tratamiento contra el abuso de alcohol, ya que se ha encontrado que sus métodos son efectivos (López et al., 2021). Extrapolando los planteamientos del modelo transteórico al cambio de la conducta de consumo de alcohol, se puede señalar que las actitudes hacia el consumo de alcohol se encuentran presentes en los estadios, procesos y niveles de cambio de dicho modelo. Durante la etapa de pre-contemplación, el sujeto con problema de consumo de alcohol tiene actitudes favorables al consumo, las cuales no permiten que tenga conciencia de cambio. Por ello, es importante que el profesional modifique estas actitudes hacia unas en contra del consumo. En los niveles de cambio la teoría plantea modificar las cogniciones desadaptativas que mantienen el consumo de alcohol. Además, los aportes del modelo brindan cinco técnicas que permiten modificar dichas actitudes, estas estrategias son conocidas como procesos experienciales o cognitivos de cambio.

2.1.4. Adolescencia

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021), la adolescencia es una etapa de desarrollo que abarca desde el término de la niñez hasta la llegada de la adultez. Este periodo inicia desde los 10 hasta los 19 años.

La adolescencia inicia con la pubertad, que es un proceso en el cual se produce diversos cambios biológicos como el desarrollo de los caracteres sexuales secundarios, maduración de las gónadas, y máxima obtención de la masa ósea y muscular (Águila et al., 2017). El cambio de características en los adolescentes es diferente según el sexo. En las mujeres, la aparición de la telarquía es la primera característica sexual observable, esta se refiere al desarrollo de los senos y aparición del vello en la zona púbica. En los varones, el primer cambio de carácter sexual es el incremento del volumen testicular, lo cual ocurre aproximadamente seis meses previo al aumento del tamaño del pene y de la aparición del vello púbico (Rueda-Quijano et al., 2019). Los cambios fisiológicos durante la adolescencia dependen de la alimentación, la actividad física y los hábitos de higiene; y también, de los aspectos socioeconómicos y educativos que rodean al sujeto y a su familia (Güemes-Hidalgo et al., 2018).

En cuanto al desarrollo psicológico del adolescente, este se da en conjunto con los cambios biológicos y la influencia del ambiente donde el individuo se desarrolla (Palacios, 2019). Estos cambios psicosociales varían según la fase del desarrollo adolescente. La adolescencia temprana inicia con la pubertad y se extiende hasta los 13 o 14 años, durante este periodo existe amplia labilidad emocional. El púber suele tener cambios de ánimo, falta de control de impulsos,

magnificación de la situación personal y necesidad de gratificación inmediata. Además, suelen tener la necesidad de ser el centro de atención frente a otros, especialmente entre sus grupos o pares. La adolescencia media se da desde los 14 o 15 años y termina a los 16 o 17 aproximadamente. En este periodo se caracteriza por el distanciamiento de la familia, acercamiento a los amigos, adopción de la subcultura de los pares (vestimenta, comportamiento y valores del grupo) e influencia de la opinión de terceros. La adolescencia tardía comienza a los 17 o 18 años y finaliza cuando el sujeto logra una autonomía psicológica y económica. En esta última fase, el adolescente consolida su identidad y autonomía de manera personal, tomando decisiones de manera independiente y planeando su futuro (Aldeas Infantiles SOS, 2017). Por lo tanto, para la presente investigación es importante abarcar las edades de 10 a 19 años (OMS, 2021), dado que la adolescencia es una etapa donde se es vulnerables, pues se está consolidando la personalidad, identidad, orientación sexual, desarrollo moral y orientación vocacional (Palacios, 2019).

2.1.5. Consecuencias de la Pandemia en adolescentes

El aislamiento obligatorio fue una estrategia usada por la mayoría de países para evitar la propagación de COVID-19. El espacio público desapareció y las clases presenciales de millones de adolescentes se suspendieron (Manrique & Ramírez, 2021). De acuerdo al Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA, 2021) la cuarentena y el cierre de las escuelas generó cambios en la educación tradicional y con ello importantes cambios en las rutinas de los adolescentes. Si bien es cierto, la conectividad digital ha permitido llevar a cabo clases, compartir sentimientos y pasar el rato con los seres queridos y amistades

(Bazán et al., 2020), el pasar más horas en el internet coloca a los adolescentes en riesgo de caer en el uso excesivo de estas tecnologías (Paricio & Pando, 2020).

Estos cambios a causa del confinamiento provocaron efectos negativos en la salud emocional de los adolescentes. La imposibilidad de realizar actividades sociales como asistir a clases, reunirse con los pares, salir a recrearse y practicar deporte en la exterior afecta el desarrollo psicosocial de los adolescentes (Paricio & Pando, 2020). Además, la disminución de actividades gratificantes a causa del distanciamiento social tiene un impacto negativo en la regulación de las emociones y el comportamiento de los adolescentes (Sánchez, 2021).

Los efectos del aislamiento social han tenido un impacto en las familias. Para algunos, ha sido una oportunidad para mejorar lazos de proximidad con los seres queridos; aunque para otros, ha causado una sobrecarga emocional como aburrimiento, preocupación y estrés (Martínez et al., 2020). De acuerdo con Paricio & Pando (2020), el confinamiento es un factor de riesgo para las personas vulnerables de sufrir violencia familiar, esto por el aumento del nivel de estrés, el miedo al contagio, el cierre de instituciones educativas y crisis económica. Además, Sánchez (2021) señala que durante el confinamiento aumentaron los casos de abuso y negligencia en el cuidado de los niños y adolescentes.

El cierre de espacios que no son de atención básica como alimentación y salud, ha generado crisis económica en las familias. Esto debido a la pérdida masiva de empleos, reducción de horarios y/o jornadas laborales, perjudicando a los sectores sociales más vulnerables (Paricio & Pando, 2020). En Perú, el empleo se ha visto afectado y la población ocupada disminuyó durante la pandemia (UNFPA,

2021). De acuerdo a Manrique y Ramirez (2021), la preocupación por la crisis económica que los adolescentes perciben de sus padres o cuidadores genera efectos negativos en la salud mental.

Durante la pandemia los procesos de duelo se han vivido de manera distinta, en comparación de años anteriores, debido a las medidas de confinamiento y distancia social. Estos han dificultado y en otros casos, impedido que las personas se despidan de sus seres queridos, ya sea de quienes se encontraban en la fase terminal o a través de la celebración de rituales funerarios de quienes ya habían fallecido (Paricio & Pando, 2020). De acuerdo a la investigación realizada por Martínez et al. (2020), los adolescentes que fueron distanciados de sus padres o cuidadores, debido a la hospitalización o la muerte de su ser querido, tienden a presentar problemas psicológicos como ansiedad, depresión y/o miedo excesivo a contraer el virus del COVID-19.

El confinamiento, la imposibilidad de interacción presencial con los pares, la falta de actividad recreativa en el exterior, el cierre de las escuelas, la crisis económica y la pérdida de seres queridos, han generado daños en la salud emocional de los adolescentes (Paricio & Pando, 2020). En el estudio realizado por Bazán et al. (2020), los adolescentes señalan que no ver a sus amistades, no salir al aire libre, no ir a la escuela u otros lugares, incide negativamente en su salud mental; ya que generan ansiedad, frustración, angustia, tristeza, desgano, enojo, soledad, desesperación, entre otros. De manera similar, Manrique y Ramirez (2021), encontraron que los adolescentes presentan una alta frecuencia de aburrimiento, incertidumbre, tristeza y angustia como consecuencia de la pandemia. Los síntomas

como ansiedad o depresión durante el contexto de pandemia son una respuesta adaptativa a los cambios que se han vivido que pueden tener una repercusión funcional; pero también, puede llevar a daños que requieran una intervención psicoterapéutica e incluso, farmacológica (Martínez et al., 2020).

En cuanto al alcance del tema del presente estudio, se hace uso de una metodología documental que incluye revisiones bibliográficas de revistas académicas y repositorios institucionales de países latinoamericanos como Perú, Ecuador, Colombia, Argentina y México realizadas entre el 2017 y 2022. Las investigaciones seleccionadas fueron aquellas sobre actitudes hacia el consumo de alcohol realizadas en adolescentes de entre 10 y 19 años, tanto hombre como mujeres. Se excluyeron aquellos estudios que no cuentan con rigor científico en los instrumentos utilizados o en los resultados obtenidos.

2.2. Métodos de estudio del tema

Los estudios sobre actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes fueron extraídos de repositorios institucionales y de revistas académicas como Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social, Revista de Psicología LIBERABIT, Revista de Neuro-Psiquiatría, Revista Psicológica Herediana, Revista Colombiana de Ciencias Sociales, Revista Iberoamericana de Psicología y Salud, Revista Electrónica de Psicología Iztacala, Journal Health NPEPS, , Revista de Enfermería Benessere, Revista ConCiencia EPG, Enseñanza e Investigación en Psicología, Salud y Drogas, Adicciones, Horizontes y otras otras revistas indexadas en Proquest, EBSCO, Researchgate, Medigraphic, Scielo y Redalyc. Se seleccionaron investigaciones realizadas en países latinoamericanos, debido a que

estos comparten características socioculturales y las cifras de consumo de alcohol en adolescentes se presentan de manera similar. Asimismo, se escogieron los estudios sobre el tema realizados entre el 2017 y 2022, ya que al ser un estudio por estado del arte se requiere que la información sea la más actualizada posible.

La mayoría de estudios sobre actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes realizados en Latinoamérica tienen un enfoque cuantitativo. Este se caracteriza por recurrir a la recolección de datos con la finalidad de probar una hipótesis, usando una medición numérica y un análisis estadístico (Hernández et al., 2014, p. 4). En cuanto al diseño, se encontraron que la mayoría son de tipo descriptivo-correlacional. El estudio descriptivo es aquel que busca especificar características del fenómeno y el correlacional busca evaluar asociaciones entre dos o más variables (Hernández et al., 2014, p. 92). Se encontraron en menor medida estudios descriptivos simples, correlacionales y descriptivo-correlacional-comparativos. Los estudios comparativos son aquellos que buscan realizar comparaciones entre grupos o subgrupos (Piovani & Krawczyk, 2017). Casi todas las investigaciones fueron de corte transversal, ya que sus datos fueron recolectados en un único momento; se encontró un estudio de corte longitudinal, puesto que los participantes respondieron el instrumento en dos momentos (Hernández et al., 2014, p. 154).

El presente estudio tiene una metodología de enfoque cualitativo interpretativo, de tipo básico y de corte investigación documental, ya que se recurre a la revisión bibliográfica de estudios sobre actitudes hacia el consumo de alcohol

en adolescentes de Latinoamérica con la finalidad de conocer el panorama actual de la problemática (Hernández et al., 2014, p. 466).

Los instrumentos psicométricos hallados en las investigaciones que miden actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes son los siguientes:

La Escala de Actitud hacia el consumo de alcohol (ACTICOL-92) elaborado por Pons y Berjano (1999) y adaptado en Perú por Ponce y Escurra (2011). Estos autores definen las actitudes hacia el consumo de alcohol como percepciones y creencias que tienen las personas sobre la conducta de abuso, la permisividad frente a su consumo, los efectos negativos derivados de su consumo y la creencia que el alcohol es un facilitador social y que disminuye el estrés (Pons & Bejarano, 1999 citado en Sánchez, 2018). Este cuestionario cuenta con 52 reactivos agrupados en cinco dimensiones: Actitud Permisiva que se caracteriza por la tolerancia hacia el consumo; Actitud Evasiva que es la tendencia a minimizar las consecuencias reales con constantes justificaciones para el uso de alcohol, Facilitador social que es la tendencia a valorar el uso de alcohol como un medio de interacción y aceptación social, Actitud preventiva que es la medida en que el sujeto previene su uso porque no la considera normal en la sociedad y Consecuencias negativas que se caracteriza en la falta de conciencia sobre los efectos que genera el uso excesivo de bebidas alcohólicas. La escala de calificación es de tipo likert con puntuaciones del 1 al 4 y con opciones de respuesta que van desde “totalmente de desacuerdo”, “bastante en desacuerdo”, “bastante acuerdo” y “totalmente acuerdo”. En cuanto a las propiedades psicométricas, este instrumento cuenta con validez de constructo mediante análisis factorial dónde se evidenció que las

dimensiones pertenecen a la actitud positiva y negativa hacia el consumo del alcohol. Además, cuenta con confiabilidad por consistencia interna con puntajes alfa de Cronbach entre 0,54 y 0,91 en sus dimensiones y en el puntaje total (Yupanqui-Lorenzo, 2017).

El Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (ISCA) fue elaborado por Annis (1982 citado en Horacio, 2017). Este instrumento evalúa determinadas situaciones que se encuentran alrededor del consumo de alcohol. Está conformado por 100 ítems que evalúan ocho dimensiones que están divididas en dos grupos. El primero mide aspectos personales y consta de cinco dimensiones: Emociones desagradables, Malestar físico, Emociones agradables, Probando autocontrol y Urgencia por consumir. El segundo evalúa situaciones que involucran a otras personas y conformado por tres dimensiones: Conflicto con otras personas, Presión social y Momentos agradables. Las respuestas de cada uno de sus ítems está en escala Likert, con cuatro opciones de respuesta: “nunca”, “ocasionalmente”, “frecuentemente” y “casi siempre”. Con respecto a las propiedades psicométricas, este cuestionario presenta validez de contenido aceptable (Horacio, 2017) y confiabilidad por consistencia interna con puntaje elevado, $\alpha=0.92$ (Moreta-Herrera et al., 2018).

La Escala de Actitudes y Hábitos de Consumo de Alcohol fue elaborado por Moral et al. (2005, citado en Cortés et al. 2021) y tiene como objetivo evaluar las actitudes, motivaciones y consecuencias derivadas del consumo de alcohol. Está conformado por 57 ítems distribuidos en cuatro dimensiones, las cuales son: Actitudes de resistencia y permisividad frente al alcohol, Motivos de consumo,

Razones de no consumo y Consecuencias del consumo de alcohol. Las opciones de respuesta son en escala tipo Likert, con cinco opciones que van desde “Muy en desacuerdo” hasta “Muy de acuerdo”. En cuanto a las propiedades psicométricas, este instrumento demostró validez de contenido mediante juicio de expertos con valor V de Ayken de 0.90; validez de constructo mediante análisis factorial confirmando la estructura; y validez concurrente con el Cuestionario de Identificación de Trastornos por Consumo de Alcohol (AUDIT) obteniendo un valor de correlación $r = 0.74$ y con la Escala de Consumo de Alcohol de Rutgers una correlación $r = 0.57$ (Ballesteros et al., 2018). Además, Cortés et al. (2021) señalan una alta consistencia interna ($\alpha=0.92$) en su estudio realizado en adolescentes y jóvenes de entre 14 y 25 años.

La Escala de Actitudes hacia el Alcohol (EAA) fue elaborada por López-Sánchez et al. (2000, citado en Mayorga-Lascano, 2019). Este instrumento define la actitud hacia el consumo de alcohol como el grado en el que un sujeto se posiciona de manera favorable o desfavorable frente al consumo de estas bebidas. Este cuestionario se encuentra conformado por 13 ítems distribuidos en tres dimensiones: Predisposición ante el consumo, Predisposición a actuar para consumir y Agrado por el alcohol. Las opciones de respuesta de este instrumento son de tipo Likert que abarca desde “muy en desacuerdo” hasta “muy de acuerdo”. Con respecto a las propiedades psicométricas, García del Castillo (2012) evaluó la validez de constructo por análisis factorial encontrando valores que no permitían un ajuste razonable; por lo que eliminaron el ítem 13 logrando un mejor valor de ajuste: $\chi^2(51) = 178,895$; $p < 0,001$; $\chi^2 / gl = 3,508$; CFI = 0,951; PCFI = 0,622; RMSEA = 0,076 con un intervalo de confianza al 90% (García del Castillo, 2012).

Además, la confiabilidad por consistencia interna presenta un valor adecuado $\alpha = 0,79$ (Moreta-Herrera et al., 2021).

El Autoinforme de Consumo de Sustancias psicoactivas (AICA) fue elaborado por Santacreu y Froján (1994). Este cuestionario fue usado por Moreta-Herrera et al. (2018) en su estudio en adolescentes de Ecuador. De acuerdo a este instrumento, las actitudes hacia el consumo de sustancias son el modo en el que las personas se posicionan frente a esta problemática y se expresan a través de creencias, sentimientos y conductas. Se encuentra conformado por 30 ítems distribuidos en siete dimensiones: Concienciación sobre efectos negativos y actitud contraria al consumo de drogas, Rechazo a la invitación de tabaco y drogas ilegales, Actitud de resistencia al consumo de drogas, Rechazo a la invitación de alcohol, Concienciación sobre los efectos negativos y actitud contraria al consumo de drogas institucionalizadas, Identificación hacia el consumo de drogas y Admiración a los no usuarios de drogas institucionalizadas. El instrumento es de escala tipo Likert, con cinco alternativas de respuesta que van desde “Muy en desacuerdo” hasta “Muy de acuerdo”. En cuanto a la confiabilidad, Moreta-Herrera et al. (2018) encontró un nivel de consistencia interna elevada ($\alpha = 0,92$) en su estudio realizado en adolescentes de 14 a 20 años.

Asimismo, se considera pertinente incluir un cuestionario sobre actitudes hacia el consumo de alcohol elaborado ad hoc en una investigación realizada por Cortez et al. (2017) en adolescentes peruanos entre 16 y 18 años. Este instrumento define las actitudes hacia el consumo de alcohol como maneras habituales de pensar, sentir y actuar frente al consumo de bebidas alcohólicas, que se dan de

acuerdo al sistema de valores de cada persona y que se van formando a lo largo de la vida según las experiencias previas. Este cuestionario está conformado por 24 ítems agrupados en tres componentes: El componente afectivo que se entiende como el sentimiento en favor o en contra de un objeto. El componente cognitivo que comprende la representación mental del objeto, conformada por las percepciones, las creencias y la información que tenemos sobre un ello. Finalmente, el componente conductual entendido como la tendencia a actuar de una determinada manera frente a un objeto. El cuestionario es de tipo likert con tres alternativas de respuesta que son “de acuerdo”, “indiferente” y “desacuerdo”. En cuanto a las propiedades psicométricas, Cortéz et al. (2018) señala que este instrumento cuenta con validez de contenido por Juicio de Expertos al 96.3% y un nivel de confiabilidad aceptable ($\alpha = 0,94$).

Los instrumentos anteriormente descritos presentan similitudes y diferencias importantes entre ellos. Todos evalúan las actitudes hacia el consumo de alcohol y uno de ellos, incluye actitudes hacia otras drogas. Todos los instrumentos señalados fueron usados en muestras de adolescentes de países latinoamericanos. Sin embargo, cada uno presenta diferentes dimensiones, por lo que miden la actitud hacia el consumo de alcohol de distinta forma. Algunos autores consideran importante medir los componentes afectivos, cognitivos y conductuales, de tal manera obtener resultados en términos de favorable o desfavorable hacia el consumo de alcohol. En cambio, otros consideran que es importante conocer cuáles son los diferentes tipos de actitudes que pueden estar detrás de una posición a favor o en contra del consumo. Además, cada uno cuenta con distinta cantidad de reactivos, hay cuestionarios con pocos ítems como el que tiene 12 y otros con

muchos más como el que posee 100. Usar cuestionarios breves es menos agotador para los adolescentes; sin embargo, los cuestionarios largos brindan resultados más amplios que pueden explicar de manera más detallada las actitudes de los adolescentes sobre el alcohol (Medrano & Pérez, 2019).

Los cuestionarios ACTICOL-92 y AICA son instrumentos que han sido utilizados en mayor medida en investigaciones sobre actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes de Latinoamérica. Aunque se considera que el ACTICOL-92 tiene una mayor utilidad para futuras investigaciones nacionales, debido a que cuenta con validez y confiabilidad en el contexto peruano de los últimos años. En cuanto a su contenido, este instrumento brinda datos variados, puesto que contiene dimensiones que permiten evaluar cinco tipos de actitudes, las están comprendidas en los demás instrumentos detallados.

2.3. Estudios acerca del tema

2.3.1. Consumo de alcohol en adolescentes peruanos

Los últimos estudios epidemiológicos sobre el consumo de alcohol en adolescentes fueron realizados en el 2017. Entre ellos se encuentran dos estudios importantes llevados a cabo por organizaciones que luchan contra el consumo de drogas en el Perú:

El Centro de Información y Educación para la prevención del abuso de drogas (CEDRO, 2017) llevó a cabo un estudio epidemiológico con el objetivo de conocer el consumo de drogas en la población peruana. Los participantes fueron 8 352 personas entre 12 y 65 años, los cuales fueron seleccionados de manera

probabilística. Fue un estudio cuantitativo, descriptivo y de corte transversal. Entre los resultados más relevantes se encontró que el 46.6% de adolescentes entre 12 y 18 años han consumido alcohol alguna vez en su vida. Asimismo, se señala que el consumo de alcohol es el principal problema de salud pública en los adolescentes.

La Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA, 2019) realizó un estudio para conocer el consumo de drogas en adolescentes de secundaria en el 2017. Los participantes fueron 53 591 estudiantes, los cuales fueron elegidos de manera probabilística. El estudio fue cuantitativo, descriptivo-correlacional-comparativo y de corte transversal. En los resultados, se encontró que el 29.5% de adolescentes de secundaria han consumido alcohol alguna vez en su vida. Además, el 36.6% de estudiantes reportan tener acceso a alcohol en las tiendas o bodegas y el 70% de adolescentes recibieron alguna vez la orden de comprar alcohol por un adulto cercano. Asimismo, se reportó que, el 28.5% de adolescentes han visto a estudiantes traer, comprar, vender o pasar alcohol dentro del colegio, el 28.6% han visto esto alrededor del colegio y el 29% reportan haberlo visto por parte de personas ajenas del colegio.

En las investigaciones realizadas por CEDRO y DEVIDA se encontraron distintos valores en los porcentajes de adolescentes que consumieron alcohol alguna vez en su vida; aun cuando ambos estudios fueron realizados en el 2017. En los estudios de Cedro se encuentra un porcentaje mayor, casi el doble. Esta diferencia se debe a que, en el primer estudio se incluyeron a todos los adolescentes; en cambio, en el segundo estudio solo se consideró a los adolescentes escolares. Uno de los efectos relacionados al consumo de alcohol en los menores de edad es la

deserción escolar (Hernández et al., 2017); es por ello que en los colegios existe menor porcentaje de adolescentes consumidores de alcohol que en la población general.

Adicionalmente a las investigaciones descritas, se considera pertinente incluir la siguiente investigación sobre el consumo de alcohol en los adolescentes peruanos, debido a que esta es más reciente:

Molina-Quiñones & Salazar-Taquiri (2022) realizaron un estudio con la finalidad de describir consumo de alcohol en adolescentes y señalar los factores de riesgo. El estudio fue cuantitativo, descriptivo y de corte transversal. La muestra fue de 194 estudiantes de secundaria quienes fueron seleccionados de manera aleatoria. En los resultados se encuentra que el 47.4% de adolescentes consumieron alcohol en el último año y al 37.3% de adolescentes le ofrecieron bebidas alcohólicas en el último año. Asimismo, el 38.7% de adolescentes señalan obtener alcohol en fiestas y el 82.3% recuerdan anuncios publicitarios sobre bebidas alcohólicas.

Los resultados de las investigaciones reflejan que el consumo de alcohol en los adolescentes es una problemática presente en la sociedad peruana. A pesar que, existe la Ley N°28681 que prohíbe la venta de alcohol en menores de edad y en ambientes educativos (El Peruano, 2021), los adolescentes pueden acceder a bebidas alcohólicas en tiendas o bodegas (DEVIDA, 2019). Esto evidencia que, a pesar de existir un reglamento, no hay un control adecuado para que dicha ley se cumpla. Asimismo, existen colegios donde los estudiantes ingresan bebidas

alcohólicas (DEVIDA, 2019), esto demuestra que hay instituciones educativas donde no hay un control adecuado de la conducta de los estudiantes.

2.3.2. Consumo de alcohol en adolescentes durante Pandemia COVID-19

En Argentina, la Defensoría de Buenos Aires (2020) se llevó a cabo un estudio con la finalidad de indagar las modalidades y patrones de consumo de alcohol en los adolescentes durante el aislamiento social obligatorio debido al COVID-19, encontrándose que 4 de cada 10 adolescentes consumieron alcohol en el último año y 2 de cada 10, en los últimos 30 días. Además, se encontró que el porcentaje de adolescentes que consumen alcohol ha disminuido en la pandemia, esto en comparación con las cifras de los años anteriores. Entre los motivos que señalan los adolescentes para el cese de consumo resaltan la imposibilidad de salir a bailar y la insatisfacción de beber en la soledad. Se concluye que el aislamiento social tiene un rol protector en el consumo de alcohol de los adolescentes, debido que ellos suelen relacionar el alcohol con diversión, fiestas y vínculos sociales.

En México, el Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones de México (2020) realizó una investigación con el objetivo de determinar el consumo de alcohol durante la pandemia. La recolección de datos se realizó a partir de una encuesta aplicada de manera virtual a personas de distintas edades, la Generación Z incluye participantes menores de 19 años, los *Millennials* comprenden entre 20 y 39 años, la Generación X desde los 40 hasta 54 años y los *Baby-boomers* que comprende desde los 50 años a más. En los resultados, se encuentra que la mayoría de los participantes menores de 19 años ingirieron alcohol recientemente y de ellos, la mitad incrementó su uso por la pandemia. Además, señalan que los motivos

fueron el aburrimiento, el sentirse encerrado, encontrarse inactivo y el tener sensaciones de temor.

En México, Jiménez et al. (2022) llevaron a cabo un estudio con el objetivo de conocer la prevalencia de consumo de alcohol en los adolescentes durante la Pandemia por COVID-19. La metodología que usó fue cuantitativa, descriptiva y de corte transversal. Los participantes fueron 119 adolescentes escolares quienes respondieron una encuesta virtual. En los resultados se encuentra que, el 47,1% de adolescentes consumieron alcohol en el último año, el 30.3% en el último mes y 11.8% en la última semana. Estos resultados revelan una alta prevalencia de consumo de alcohol en los adolescentes.

De las anteriores investigaciones, se puede sostener el consumo de alcohol en los adolescentes se dio en distinta a lo largo de la pandemia por COVID-19. Existieron periodos donde el aislamiento social era estrictamente controlado, de tal manera que las personas solo podían salir a realizar compras esenciales. Durante esos momentos el consumo de alcohol en los adolescentes disminuyó ya que estaban prohibidas las reuniones sociales y los participantes señalan insatisfacción de beber en la soledad. En cambio, hubo etapas en la pandemia donde las medidas restrictivas se volvieron más flexibles por la disminución de casos. En estos periodos hubo adolescentes que incrementaron su consumo y ellos señalan como motivos el aburrimiento, soledad, ansiedad, tristeza y estrés generados por la pandemia. Esto lleva a pensar que cuando las medidas contra el COVID-19 se levanten y se permitan las reuniones sociales, el consumo de alcohol en los adolescentes podría aumentar. Los daños causados en la salud emocional producto

de la pandemia podrían ser factores de riesgo para el aumento de consumo, esto porque a que el alcohol es considerado un medio para evitar emociones desagradables.

2.3.3. Motivos de consumo de alcohol en los adolescentes

Se encontraron tres investigaciones que abordan los motivos o razones que tienen los adolescentes latinoamericanos para consumir alcohol, seguidamente se describen estos estudios:

En Perú, DEVIDA (2019) realizó un estudio cuya metodología fue descrita anteriormente, en los resultados se mencionan las razones de los adolescentes para consumir alcohol. Las principales razones son festivas y sociales, el 48.3% de los adolescentes indican consumir alcohol para celebrar ocasiones especiales, el 18% señala hacerlo para divertirse y el 13.4% señala consumir para estar con los amigos. También, el 20% de los adolescentes indican consumir por razones al manejo emocional (para relajarse, sentirse bien y quitarse el miedo o timidez).

En México, Casango-Campechano et al. (2017) realizaron un estudio con la finalidad de identificar los motivos de consumo alcohol en estudiantes de secundaria. Los participantes fueron 127 escolares entre 12 y 16 años, quienes fueron seleccionados de manera aleatoria. El estudio fue de tipo básico, de diseño descriptivo y de corte transversal. Los instrumentos usados fueron el Test de Identificación de Trastornos por Consumo de Alcohol (AUDIT) y el Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol. Los resultados señalan que el 36.6% consume alcohol por razones sociales: “El alcohol permite celebrar situaciones especiales con los amigos”, “El alcohol favorece la fiesta” y “El alcohol hace las

reuniones sociales más divertidas”. Además, el 14.2% señalan consumir por motivos de afrontamiento: “Consumo alcohol para olvidarme de los problemas”, “El beber alcohol me ayuda cuando estoy triste o deprimido”, “Uso alcohol cuando estoy de mal humor” y “Consumo alcohol para que los otros no se burlen de mí”.

En México, Cortés et al. (2021) realizaron una investigación con la finalidad de analizar las actitudes, las motivaciones y la percepción de riesgo de consumidores y no consumidores de alcohol. El estudio fue de diseño descriptivo-correlacional y de corte transversal. Los participantes fueron 1260 estudiantes entre 14 y 25 años. Se utilizó la Escala de Actitudes y Hábitos de Consumo de Alcohol y el AUDIT. En los resultados se encuentra que los motivos de quienes consumen alcohol son principalmente los siguientes: “bebo porque mis amigos lo hacen”, “para salir de la rutina”, “para desinhibirme”, “para olvidar” y “para sentir euforia”.

En Bolivia, Daza (2022) realizó un estudio de revisión bibliográfica sobre el consumo de alcohol, en el cual se mencionan los motivos que tienen los adolescentes para consumir alcohol. Entre los motivos se encuentran la presión de los pares, sentirse aceptados, para afrontar situaciones difíciles, escapar de problemas emocionales como: frustración, estrés, ira o resentimiento.

Las anteriores investigaciones muestran que los motivos para el consumo de alcohol en los adolescentes están relacionados a considerar estas bebidas como un agente de interacción social asociado a la diversión o al pasarla bien. También, ellos suelen considerar que el alcohol permite sobrellevar de mejor manera problemas. Estas creencias no son tan ciertas como parecen. Si bien es cierto, la sociedad suele considerar al alcohol como un facilitador de interacciones, esta se

da porque están arraigadas en nuestra cultura, estando presentes en las reuniones o celebraciones sociales (Córdoba et al., 2017) y las personas al no experimentar diversión sin alcohol, llegan a la conclusión de que es la única opción para pasarla bien con los pares. Por otro lado, se suele considerar el alcohol como un medio para evadir o enfrentar conflictos personales, familiares y/o sociales; sin embargo, la OPS (2019) señala que el uso de bebidas alcohólicas causa violencia interpersonal, accidentes y autolesiones. Por lo que, el consumo de estas bebidas podría causar mayores problemas de los que se buscan evadir.

2.3.4. Actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes

Las actitudes hacia el consumo de alcohol han sido estudiadas en adolescentes. A continuación, se exponen estas investigaciones, las cuales ayudan a conocer las valoraciones que poseen los adolescentes sobre el consumo de estas bebidas:

En Perú, Cortez et al. (2017) investigaron sobre las actitudes hacia el consumo de alcohol en los adolescentes. Los participantes fueron 207 estudiantes entre 16 y 18 años. El estudio fue cuantitativo, descriptivo y de corte transversal. Se utilizó un cuestionario ad hoc para evaluar actitudes hacia el consumo de alcohol. En los resultados, se encontró que el 63.3% de los participantes poseen una actitud positiva o favorable al uso de bebidas alcohólicas.

De manera similar, Yupanqui-Lorenzo (2017) realizó una investigación con el objetivo de conocer la actitud hacia el consumo de alcohol en estudiantes peruanos. Los participantes se seleccionaron de manera probabilística y fueron 264 estudiantes. El enfoque fue cuantitativo, de diseño descriptivo simple y de corte transversal. En los instrumentos, se utilizó el cuestionario ACTICOL-92. Los

resultados indican que los estudiantes presentan puntajes altos en actitud positiva frente al consumo de alcohol. Además, se halló niveles altos en las dimensiones Facilitador social y Actitud evasiva, lo que indica que los participantes consideran que el alcohol facilita la integración social y permite evadir conflictos o disminuir el estrés.

En Colombia, Martínez-Cardona (2019) realizó un estudio para conocer las creencias de los adolescentes y adultos jóvenes sobre el consumo de alcohol. El estudio fue cuantitativo, descriptivo y de corte transversal. Los participantes fueron 1133 estudiantes elegidos de manera aleatoria, 735 fueron adolescentes de 11 a 17 años y 398 jóvenes de 18 a 26 años. Se utilizó como instrumento un cuestionario ad hoc, el cual recogió información sobre el consumo de alcohol y las creencias sobre este mismo. En los resultados se encontró que el 49.5% de los participantes considera que el alcohol ayuda a compartir con amigos, el 36.7% que el alcohol facilita la diversión y relajación y el 31.7% que permite estar más alegre.

En México, Ocaña et al. (2020) desarrollaron una investigación con la finalidad de analizar las actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes. Los participantes fueron 1646 adolescentes entre 11 y 20 años. La metodología fue cuantitativa, de diseño descriptivo y de corte transversal. Se utilizó el cuestionario ACTICOL-92. En los resultados, se encontró puntajes altos en la dimensión actitud evasiva, lo que indica que los participantes tienden a minimizar los efectos del consumo de alcohol usando frases como “Se puede dejar de ser alcohólico con un poco de voluntad”, “Se puede manejar mejor con unas copas de alcohol”.

En la anterior investigación se puede evidenciar que los adolescentes suelen tener una baja percepción de riesgo frente al consumo de alcohol. De acuerdo a

Suárez-Relinque et al. (2017) esto se debe a que los adolescentes dan mayor importancia a lo que ocurre en su presente inmediato, restándole valor a los efectos o consecuencias a largo plazo de su conducta. Además, la percepción de invulnerabilidad que caracteriza al adolescente lleva a que ellos tengan la creencia optimista de que nada malo les puede pasar. Asimismo, poseen una creencia de inmunidad que les hace considerar que los perjuicios del consumo de alcohol solo les ocurren a otros, nunca a ellos mismos.

Teniendo en cuenta los resultados de los estudios anteriores, se puede señalar que los adolescentes suelen poseer actitudes favorables al consumo. Entre estas actitudes, resaltan dos principalmente. Los adolescentes conciben el consumo de alcohol como un medio que permite celebrar situaciones especiales y compartir con los pares. Asimismo, suelen considerar que el alcohol permite afrontar situaciones personales, familiares y sociales que causan malestar psicológico. Estas actitudes son un factor de riesgo, puesto que facilitan que la conducta de consumo de alcohol se dé en los adolescentes (Mayorga-Lascano, et al., 2019)

2.3.5. Actitudes hacia el consumo de alcohol y sexo en adolescentes

Se encontraron tres investigaciones sobre actitudes hacia el consumo de alcohol que señalan que estas varían según el sexo. A continuación, se describen cada uno de los estudios:

En Ecuador, Moreta-Herrera et al. (2018) llevaron a cabo una investigación con la finalidad de identificar las diferencias de las actitudes hacia el alcohol y otras drogas según sexo. El estudio fue cuantitativo, descriptivo, correlacional y comparativo. Los participantes fueron 502 estudiantes cuyas edades se encuentran

entre 14 y 20 años. Los instrumentos que utilizados fueron el AICA para evaluar actitudes y la Escala de Exposición a Sustancias. Entre los resultados relevantes se encuentran diferencias estadísticamente significativas en las Actitudes hacia el alcohol y otras drogas según sexo ($t = -2.07$; $p=0.02$). Además, se encuentra que los hombres, en comparación con las mujeres, poseen mayores actitudes de permisividad hacia el consumo de alcohol u otras drogas; mientras que las mujeres poseen mayor actitud de concientización hacia los efectos negativos y de rechazo a la invitación de alcohol u otras drogas.

En México, Ocaña et al. (2020) desarrollaron un estudio con la finalidad de analizar la actitud hacia el consumo de alcohol y la variación según sexo en adolescentes. La metodología ha sido descrita anteriormente. En los resultados, se encontró diferencias significativas en las actitudes hacia el consumo de alcohol según sexo en favor de los hombres ($t = 7.14$; $p < 0.05$). Esto indica que las actitudes favorables al consumo aparecen en mayor medida en los varones.

En México, Ontiveros-Patiño et al. (2021) llevaron a cabo una investigación con la finalidad de describir la actitud hacia el consumo de alcohol y su relación con la edad, grado escolar y género. La población estaba conformada por 208 adolescentes entre 11 y 20 años. El estudio fue cuantitativo, de diseño descriptivo - correlacional y de corte transversal. Se aplicó el cuestionario ACTICOL-92 para evaluar las actitudes hacia el consumo de alcohol. En los resultados se encontraron diferencias significativas en la actitud preventiva en favor de las mujeres ($t = -3.53$; $p = 0.001$). Además, se hallaron diferencias significativas en la actitud permisiva

($t= 3.92$; $p<0.001$) y en facilitador social ($t = 2.26$; $p = 0.025$) en favor de los hombres.

En base a las anteriores investigaciones, los varones tienen actitudes más favorables al consumo de alcohol que las mujeres. En cuanto al tipo de actitudes, se encontró que las actitudes de las mujeres se encuentran relacionadas a la prevención, rechazo al consumo y concientización sobre los efectos negativos. En cambio, las actitudes de los varones son más permisivas al consumo de estas bebidas concibiendo que estas permiten la interacción social y afrontar conflictos. Estas diferencias se relacionan a que, en la sociedad, los estereotipos de género asignan roles o funciones diferenciados al hombre y a la mujer (Farías & Cuello, 2018). Las mujeres suelen prevenir, evitar o rechazar el consumo de alcohol porque lo consideran no saludable. Esto se relaciona al rol protector y cuidador que se le asigna a la mujer en la sociedad (Campillo & Yepes, 2021). Por otro lado, los varones tienen una actitud permisiva, esto indica que ellos suelen ser más tolerantes al consumo de alcohol y lo consideran como un medio que permite interactuar mejor con otras personas y evadir conflictos. Esto estaría relacionado a que el varón cuenta con mayor libertad y autonomía para realizar actividades que se consideran inapropiadas o de riesgo para las mujeres (Campillo & Yepes, 2021).

2.3.6. Actitudes hacia el consumo de alcohol y edad en adolescentes

En las investigaciones sobre actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes, se encontró que estas actitudes son más favorables conforme aumenta la edad. Se exponen los estudios que respaldan lo señalado:

En México, Ocaña et al. (2020) estudiaron la actitud hacia el consumo de alcohol según el nivel educativo que cursaban los adolescentes. La metodología ya fue descrita anteriormente. Los resultados relevantes de esta investigación señalan que los adolescentes presentaron diferencias significativas en la actitud permisiva según el nivel de educativo ($t = -4.08$; $p=0.000$), siendo los de preparatoria quienes tuvieron puntajes más altos que los de secundaria. Además, se hallaron diferencias significativas en la actitud evasiva ($t = 2.11$; $p = 0.035$) y de consecuencias negativas ($t = 3.65$; $p = 0.000$), siendo los estudiantes de secundaria quienes puntuaron más alto que los de preparatoria. Estos resultados indican que entre mayor es su edad, los adolescentes tienden a ser más permisivos con el consumo de alcohol; en cambio, quienes son menores suelen tener valoraciones que señalan que el alcohol provoca efectos negativos y suelen tener actitudes evasivas al consumo.

En México, Ontiveros-Patiño et al. (2021) llevaron a cabo una investigación, en la cual uno de los objetivos fue determinar la relación entre actitudes hacia el consumo de alcohol y grado escolar en adolescentes. Entre los resultados se identificó que existe relación significativa y positiva entre la edad y la actitud permisiva ($r = 0.258$; $p<0.001$) y consecuencias negativas ($r = 0.239$; $p=0.001$). Además, se encontró relación negativa entre la edad y actitud evasiva ($r=-0.273$; $p<0.001$). Estos resultados indican que, a mayor edad, el adolescente presenta mayor actitud permisiva al consumo y posee mayor percepción de las consecuencias del consumo. Asimismo, a mayor edad, menor actitudes que evaden el consumo de alcohol.

En Ecuador, Moreta-Herrera et al. (2021) realizaron un estudio con el objetivo de identificar las diferencias de las actitudes hacia el consumo de

sustancias entre adolescentes y jóvenes adultos. La muestra fue de 711 participantes, divididos en dos grupos: adolescentes de entre 14 y 17 años y jóvenes entre 18 y 26 años. El estudio fue cuantitativo, de diseño descriptivo-correlacional y de corte transversal. Se utilizó como instrumento el AICA para medir actitudes hacia el consumo de drogas. En los resultados, se encontró que existe diferencia significativa entre adolescentes y jóvenes en la actitud de rechazo hacia el consumo de alcohol ($t = 5.25$; $p = 0.000$) y en la actitud de admiración hacia los no usuarios de alcohol u otras drogas ($t = 3.90$; $p = 0.000$). Estos resultados indican que los adolescentes, en comparación con los adultos jóvenes, tienden a rechazar el consumo de alcohol y muestran mayor admiración hacia quienes no consumen alcohol u otras drogas.

Las anteriores investigaciones evidencian que conforme aumenta la edad, los adolescentes presentan mayores actitudes favorables al consumo de alcohol. Esto se encuentra relacionado a que el adolescente se encuentra en un periodo donde de manera paulatina va adquiriendo mayores libertades y responsabilidades (Figuroa-Gutiérrez & Soto-Chaquir, 2018), los cuales permiten al adolescente vivir nuevas experiencias. De acuerdo a Bravo et al. (2021), la adolescencia es una etapa en la cual el sujeto experimenta nuevas experiencias que son capaces de modificar el sistema de creencias.

2.3.7. Actitudes hacia el consumo de alcohol y otras variables en adolescentes

A continuación, se exponen estudios correlacionales que asocian la actitud hacia el consumo de alcohol en adolescentes con otras variables tales como religiosidad, impulsividad y búsqueda de emociones:

En México, Guzmán et al. (2019) realizaron una investigación con el objetivo de analizar la relación entre religiosidad y actitudes sobre consumo de alcohol. La muestra estuvo conformada por 24 estudiantes entre 14 y 20 años. El estudio cuantitativo, descriptivo-correlacional y de corte transversal. Se utilizó la Escala de Actitudes y Hábitos de Consumo de Alcohol y el Inventario de Religiosidad. Los resultados señalan que existe relación significativa y directa entre religiosidad y actitudes negativas hacia el uso de alcohol ($r = 0.158$; $p < 0.05$). Estos resultados indican que, a mayor presencia de religiosidad en los adolescentes, mayor actitud negativa hacia el alcohol.

La última investigación evidencia que la religiosidad tiene un efecto protector frente al consumo de bebidas alcohólicas en los adolescentes. De acuerdo a Barba et al. (2020), los más religiosos tienen menor disposición a consumir alcohol con los amigos, familiares o para disfrutar una fiesta; asimismo, comienzan a beber más tarde y la actitud familiar sobre el consumo de alcohol es más negativa que los menos creyentes.

En Argentina, Horacio (2017) realizó un estudio con el objetivo de determinar la relación entre la impulsividad y las actitudes frente al alcohol. La metodología fue cuantitativa, de diseño descriptivo-correlacional y de corte longitudinal. Los participantes fueron 71 adolescentes entre 14 y 18 años. Los instrumentos que se usaron fueron el ISCA y la Escala de Impulsividad de Barratt. En los resultados, no se halló relación significativa entre los puntajes totales de impulsividad y actitudes hacia el consumo de alcohol. Sin embargo, en las dimensiones de cada uno se encontraron las siguientes relaciones significativas y positivas: Impulsividad cognitiva y actitudes hacia el consumo de alcohol ($r =$

0.257; $p = 0.035$), Impulsividad motora y actitud hacia el consumo de alcohol ($r = 0.375$; $p = 0.002$), Impulsividad y emociones desagradables ($r = 0.293$; $p = 0.015$), Impulsividad y emociones agradables ($r = 0.246$; $p = 0.043$), e Impulsividad y momentos agradables ($r = 0.246$; $p = 0.043$). Se concluyó que existe relación entre impulsividad y actitudes hacia el consumo de alcohol en quienes poseen mayor carga emocional en sus actitudes.

En Ecuador, Moreta-Herrera et al. (2021) estudiaron la relación entre búsqueda de sensaciones y actitudes hacia el alcohol. La metodología fue cuantitativa de tipo descriptivo-correlacional. Los participantes fueron 913 adolescentes entre 11 y 19 años. En los instrumentos se utilizó el cuestionario EAA, la Escala breve de Búsqueda de Sensaciones y el AUDIT. Los resultados señalan que existe relación directa y significativa entre búsqueda de sensaciones y actitudes favorables al consumo ($r = 0.366$; $p < 0.01$). Estos resultados indican que a mayor búsqueda de sensaciones, los adolescentes presentan mayores actitudes favorables al consumo.

En las últimas dos investigaciones, se encontraron relación entre actitudes hacia el consumo de alcohol y dos variables psicológicas vinculadas al comportamiento de riesgo durante la adolescencia, estas son impulsividad y búsqueda de emociones. De acuerdo a Gázquez et al. (2017), la impulsividad está relacionado al inicio temprano del consumo de alcohol u otra droga y la búsqueda de sensaciones está relacionado al mantenimiento de dicha conducta.

2.4. Reflexiones teóricas sobre el tema

De acuerdo al primer objetivo general, el cual fue conocer las evidencias científicas sobre las actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes latinoamericanos que se encuentran entre los 10 y 19 años, se encontró que las actitudes se dan de manera diferenciada según el sexo y edad.

En cuanto al sexo, se encuentra que los varones poseen actitudes más favorables al consumo de alcohol en comparación que las mujeres (Ocaña et al., 2020; Ontiveros-Patiño et al., 2021; Moreta-Herrera et al., 2018). Esto podría deberse a que en la sociedad latinoamericana los varones cuentan con mayor libertad y autonomía para realizar actividades que se consideran inapropiadas o de riesgo para las mujeres. En este sentido, a la mujer se le asigna un rol relacionado a la protección y al cuidado (Campillo & Yepes, 2021). Esto explicaría el por qué en las investigaciones revisadas, suelen las mujeres suelen tener mayor actitud preventiva o de concientización sobre los efectos negativos (Moreta-Herrera et al., 2018; Ontiveros-Patiño et al., 2021); en cambio, los varones suelen tener una actitud permisiva al consumo, considerándola como un medio de facilitación social y de afronte a conflictos (Moreta-Herrera et al., 2018; Ontiveros-Patiño et al., 2021).

Con respecto a la edad, se encontró que las actitudes varían de acuerdo a la edad del adolescente. Los adolescentes menores a 17 años suelen tener actitudes menos favorables al consumo que quienes son mayores de edad (Moreta-Herrera et al., 2021; Martínez-Cardona, 2019). Teniendo en cuenta estos resultados, se puede concluir que, entre la adolescencia y juventud, existe una modificación en las actitudes hacia el consumo de sustancias. Los adultos jóvenes se muestran con actitudes más favorables hacia el uso que los adolescentes. Si bien es cierto, en la

transición de la adolescencia y adultez no cambia por completo la estructura actitudinal, la persona adquiere nuevas experiencias que modifican su sistema de creencias, el adulto goza de mayores libertades que un adolescente, por ejemplo, libre acceso a drogas legales y mayor libertad para participar de reuniones sociales (García-Mendoza et al., 2017).

Al analizar las evidencias sobre el consumo de alcohol de los últimos años, se encuentra que durante la pandemia por COVID-19 hubo cambios importantes respecto al consumo de alcohol en los adolescentes. En los periodos de estricto confinamiento, se encuentra una disminución de consumo asociada a la prohibición de salir a reuniones sociales y a la insatisfacción de beber alcohol en la soledad (Defensoría de Buenos Aires, 2020). Sin embargo, el consumo incrementó conforme se fueron incorporando las actividades sociales (Enríquez & Sáenz, 2021).

Los efectos de la pandemia han generado daños en la salud psicológica de los adolescentes, tales como ansiedad, tristeza, desgano, sentimientos de soledad y frustración (Bazán et al., 2020). En el presente estudio se ha encontrado que, uno de los principales motivos que llevan a los adolescentes a consumir alcohol es la creencia de considerar esta bebida es un medio que permite enfrentar problemas personales que les causan estrés, ansiedad o preocupación. Por lo tanto, los efectos psicológicos que ha generado la pandemia podrían llevar a que el consumo de alcohol aumente en esta población.

En relación al primer objetivo específico que busca conceptualizar las actitudes hacia el consumo de alcohol, se encontró que González-Yubero et al. (2021) y Moreta-Herrera et al. (2021) tienen similitudes en su definición, ellos

consideran las actitudes hacia el consumo de alcohol como valoraciones favorables o desfavorables al consumo de alcohol y se expresan a través de las creencias, sentimientos e intenciones. Sin embargo, Ontiveros-Patiño et al. (2021) señala que estas son maneras de sentir y pensar sobre el consumo de alcohol. A pesar de las diferencias, se considera pertinente incluir el concepto que señala que las actitudes hacia el consumo de alcohol son aquellas valoraciones que se realizan sobre un objeto, esto debido a que esta definición cuenta con mayor aceptación por parte de los investigadores y ha sido más utilizada en investigaciones, pues esta se ajusta a los instrumentos que se suelen usar para medir dicha variable.

Con respecto al segundo objetivo específico que busca explicar modelos teóricos sobre las actitudes hacia el consumo de alcohol se encontraron cuatro enfoques: la Teoría de la Disonancia Cognitiva, la Teoría de la Acción Razonada, la Teoría de la Conducta Planificada y el Modelo Transteórico del cambio. Los dos últimos modelos son aquellos que cuentan con mayor respaldo científico, puesto que son usadas en investigaciones recientes sobre el tema. Asimismo, ambos cuentan con un modelo teórico que permite un mejor entendimiento. La Teoría de la Conducta Planificada brinda un aporte más teórico, ya que conceptualiza la actitud hacia el consumo de alcohol y describe los factores capaces de modificarla. En cambio, el Modelo Transteórico del cambio es más práctico, ya que brinda herramientas para cambiar una conducta no saludable, en este caso el consumo de alcohol en la adolescencia. Su utilidad está direccionada hacia la intervención terapéutica y es valioso en programas preventivos de consumo de alcohol. Si bien es cierto, el Modelo Transteórico no conceptualiza la actitud hacia el consumo de alcohol, brinda herramientas capaces de modificar la actitud hacia conductas no

saludables. Por lo tanto, se considera que tanto la Teoría de la Conducta Planificada y el Modelo Transteórico del cambio son valiosos en el estudio del consumo de alcohol en los adolescentes, esto por su aporte teórico y práctico que cada uno de ellos brinda respectivamente.

En cuanto al tercer objetivo específico que consiste en identificar aquellas actitudes hacia el consumo de alcohol que se encuentran más presentes en los adolescentes se encontraron los siguientes:

La actitud más presente es la de facilitador social, que es aquella valoración que concibe el alcohol como un medio de integración y aceptación social. En las investigaciones del presente estudio, se han encontrado diversos argumentos que utilizan los adolescentes para justificar el uso de bebidas alcohólicas, por ejemplo, “el alcohol facilita las interacciones sociales”, “una buena noche significa emborracharse”, “las bebidas alcohólicas mejoran las fiestas”, “el alcohol hace que las reuniones sean más divertidas”, “consumo alcohol para pasarla bien” y “el alcohol permite celebrar situaciones especiales con los amigos” (Defensoría de Buenos Aires, 2020). Estos pensamientos o creencias demuestran que el consumo de alcohol en los adolescentes está vinculado con diversión, momentos de ocio e integración con el grupo de iguales. Igualmente, brinda al adolescente un espacio donde desarrollan la búsqueda de su identidad personal y su lugar dentro del grupo (Martínez-Cardona et al., 2019). En este sentido, el adolescente muchas veces inicia con el uso de bebidas alcohólicas, como parte de comportamientos aceptados y normativos que facilitan la integración al grupo (Biolatto, 2018).

Otra dimensión presente en los adolescentes es la actitud evasiva, la cual se caracteriza por considerar el uso de bebidas alcohólicas como un medio para evadir, evitar o enfrentar conflictos personales, familiares y sociales. De acuerdo con Casango-Campechano et al. (2017), entre las frases que más usan los adolescentes para defender el consumo de alcohol, se encuentran las siguientes: “el alcohol ayuda a olvidarme de mis problemas”, “uso alcohol cuando estoy de mal humor”, “el alcohol me quita las preocupaciones”, “el alcohol me ayuda cuando estoy triste o deprimido” y “consumo alcohol para que los otros no se burlen de mí”. Estas valoraciones evidencian que los adolescentes bebedores tienden a valorar más los efectos inmediatos que esperan obtener de estas bebidas, como tranquilidad, relajación, alegría, bienestar, satisfacción, entre otros. Los adolescentes se dejan llevar por las gratificaciones inmediatas de las bebidas alcohólicas, dejando de lado lo perjudicial que es ingerir alcohol durante esta etapa. Esto se debería a lo que señala Suárez-Relinque et al. (2017), una característica de la adolescencia es el presentismo vitalista que es la creencia de valorar solo las consecuencias a corto plazo de una conducta.

Una tercera actitud en los adolescentes es que ellos suelen minimizar los efectos negativos del consumo de alcohol. Yupanqui-Lorenzo (2017) encontró que los estudiantes de secundaria suelen subestimar los efectos que genera el consumo en la persona, la familia y el medio social. Asimismo, Ocaña et al. (2020) encontró que los adolescentes suelen minimizar los efectos perjudiciales del alcohol con argumentos como “se puede dejar de ser alcohólico con un poco de voluntad” y “se puede manejar mejor con unas copas de alcohol”. Estas creencias en los adolescentes se deberían a dos razones principalmente. Por un lado, durante la

adolescencia los individuos suelen tener una percepción de invulnerabilidad, es decir, que nada malo les puede pasar (Suárez-Relinque et al., 2017). Por otro lado, la falta de conocimiento, Cortez et al. (2017) mencionan que la ignorancia sobre los efectos del alcohol fomenta las actitudes favorables al consumo.

Las normas sociales establecidas en la comunidad intervienen en la formación de actitudes. De acuerdo a la Teoría de la Conducta Planificada, las actitudes son influenciadas por la interiorización de las normas culturales (Castillo, 2018). En la sociedad, las bebidas alcohólicas son muy consumidas en reuniones y estas cuentan con una enorme aceptación social (Hernández et al., 2018). Asimismo, al ser una sustancia legal, el alcohol está disponible en las tiendas o supermercados (Ahumada-Cortez et al., 2017) donde muchas veces no hay un control estricto sobre si el consumidor cuenta con la mayoría de edad para adquirirlas. Además, los medios de comunicación asocian el alcohol con celebración, diversión y pasarla bien (Garay, 2019). Las normas sociales, el fácil acceso y la publicidad crean expectativas y creencias favorables al consumo en la sociedad. Chirolde et al. (2019) encontró que los adolescentes suelen iniciar en el consumo de alcohol inducidos o presionados por otras personas, aun cuando poseen actitudes en contra de su consumo (Chirolde et al., 2019). Esto guarda relación con la investigación de Guevara & Martinez (2017), donde se encontró que los adolescentes suelen usar bebidas alcohólicas en reuniones sociales, pese a no encontrar agrado en esta actividad y esto debido a que los otros están bebiendo.

En relación a las actitudes expuestas, entendemos que los adolescentes son vulnerables por las características que poseen durante esta etapa de vida, por la falta de habilidades para afrontar conflictos y por la norma social que concibe el alcohol

como un medio de integración social. Por lo cual es importante la intervención en cuanto a actitudes, desde los diferentes ámbitos relacionados a los adolescentes, lo cual será abordado en el siguiente apartado.

2.5. Impacto teórico y social del tema

La conceptualización del tema genera aporte teórico al campo de la psicología evolutiva o del desarrollo, la cual se encarga del estudio de los cambios biológicos, psicológicos y sociales que la persona tiene durante todo su ciclo vital (Faas, 2018). Esta investigación considera que el estudio de las características de los adolescentes y las normas sociales son importantes para comprender la formación de las actitudes sobre el consumo de alcohol, ya que permiten identificar los factores de riesgo de consumo. Los datos recolectados son valiosos para que profesionales de la salud los incluyan en el diseño de programas de prevención de consumo. De acuerdo a la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA), en Perú se requieren de investigaciones que permitan identificar los factores de riesgo del consumo de alcohol en la adolescencia para diseñar intervenciones de manera específica (DEVIDA, 2019).

El estudio sobre los modelos teóricos de la actitud aporta conocimiento a la psicología social, ya que esta se encarga de estudiar la manera de pensar y actuar del individuo en el medio social (Muelas, 2021). De acuerdo a lo revisado, se considera que la Teoría de la Conducta Planificada es aquel que mejor explica la influencia de las actitudes en la conducta de consumo de alcohol, ya que considera las variables personales y socioculturales que influyen en la intención de consumo, teniendo en cuenta la percepción de control que tiene el individuo sobre la situación.

Esta teoría es útil para futuras investigaciones debido a que cuenta con un modelo metodológico que permite medir la actitud hacia el consumo de manera cuantitativa.

El identificar las actitudes predominantes de los adolescentes sobre el consumo de alcohol es valioso durante la práctica de la psicología. En el área clínica, permite al profesional conocer la perspectiva del adolescente con consumo de alcohol, con la finalidad de lograr empatizar con el paciente y crear un adecuado rapport durante la intervención psicológica. Galain et al. (2018) señalan que el rapport consiste en establecer una relación de confianza entre el profesional y el paciente, para lo cual es necesario que el paciente se sienta comprendido y que el profesional maneje la información del tema de manera cuidadosa.

En la práctica de la psicología comunitaria, el estudio permite identificar las actitudes que poseen los adolescentes sobre el consumo de alcohol y los factores de riesgo asociados para incluir esta información en el diseño de programas preventivos. Gervilla et al. (2020) señala que el modificar estas actitudes es un elemento clave para asegurar que los programas en contra del consumo sean efectivos. En base a los datos recolectados, los programas de prevención de consumo de alcohol deben estar dirigidas al fortalecimiento de habilidades tales como autoestima, comunicación asertiva y solución de conflictos de tal manera que los adolescentes usen estas herramientas y no sean influenciados o presionados para consumir alcohol durante esta etapa. También, diseñar programas de psicoeducación dirigidos a la población en general con la finalidad de romper mitos que fomentan el consumo de alcohol como el considerar que el alcohol facilita las

interacciones o que este es un medio eficaz para enfrentar situaciones estresantes. Es importante que la intervención incluya el fomentar actitudes de rechazo a la compra y venta de bebidas alcohólicas en menores de edad. Además, es necesario enseñar alternativas para una integración social saludable no involucre el uso de alcohol durante esta etapa, promoviendo actividades de ocio como deportes, talleres de oratoria, teatro, danza u otras que permitan involucrar al adolescente.

En el área de la psicología educativa se proponen realizar programas mediante escuela de padres para modificar algunas actitudes que puedan favorecer que el adolescente inicie a temprana edad con el consumo de alcohol. DEVIDA (2019) señala que la participación de los padres y familiares tiene un rol importante en el inicio de consumo de alcohol. De acuerdo a ello, se debe crear conciencia sobre los perjuicios del consumo durante esta etapa, para que de esta manera prevenirlo.

3. CONCLUSIONES

- En cuanto al objetivo general, se encontraron estudios que permiten conocer las valoraciones que tienen los adolescentes latinoamericanos sobre el consumo de alcohol. Se encontró que estas se dan de manera diferenciada según el sexo, los hombres tienen actitudes más favorables al consumo que las mujeres. Asimismo, se encontró que conforme aumenta la edad, los adolescentes poseen actitudes más favorables al consumo.
- Con respecto al primer objetivo específico, los conceptos sobre actitudes hacia el consumo de alcohol se complementan entre sí, permitiendo comprender de manera amplia esta variable. Realizando una síntesis de las

definiciones, se concluye que las actitudes hacia el consumo de alcohol son aquellas valoraciones que el sujeto realiza en términos de favorable o desfavorable sobre el consumo de alcohol y se expresan en el modo de sentir o pensar. Estas actitudes se forman y modifican a lo largo del desarrollo del sujeto a partir de la experiencia propia y la influencia sociocultural del medio donde se desarrolla.

- De acuerdo al segundo objetivo específico, la Teoría de la Conducta Planificada y el Modelo Transteórico del cambio son valiosos para el estudio de las actitudes hacia el consumo de alcohol en adolescentes. Por un lado, la Teoría de la Conducta Planificada brinda un aporte teórico, puesto que conceptualiza las actitudes hacia el consumo de alcohol; por otro lado, el Modelo Transteórico del cambio tiene un aporte más práctico, ya que brinda herramientas útiles en la intervención terapéutica y en programas preventivos contra el consumo de alcohol.
- En cuanto al tercer objetivo específico, las actitudes hacia el consumo de alcohol más predominantes en los adolescentes latinoamericanos son Facilitador social y Actitud evasiva, lo cual indica que los adolescentes suelen concebir el alcohol como un medio que permite la interacción social y, además, consideran que el ingerir bebidas alcohólicas les permite enfrentar problemas que causan de frustración.
- Los efectos de la pandemia han generado daños en la salud psicológica de los adolescentes, tales como ansiedad, tristeza, desgano, sentimientos de soledad y frustración. En el presente estudio se ha encontrado que, uno de los principales motivos que llevan a los adolescentes a consumir alcohol es

la creencia de considerar esta bebida es un medio que permite enfrentar problemas personales. Por lo tanto, los efectos psicológicos que ha generado la pandemia podrían causar que muchos adolescentes recurran al alcohol para sentirse mejor.

REFERENCIAS

- Águila, G., Díaz, J. A. & Díaz, P. M. (2017). Adolescencia temprana y parentalidad: Fundamentos teóricos y metodológicos acerca de esta etapa y su manejo. *MediSur*, 15(5), 694-700. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2017000500015&lng=es&tlng=es.
- Ahumada-Cortez, J., Gámez-Medina, M. & Valdez-Montero, C. (2017). El consumo de alcohol como problema de salud pública. *Ra Ximhai*, 13(2), 13-24. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46154510001>
- Aldeas Infantiles SOS. (2017). Desarrollo Biopsicosocial en la Adolescencia y Juventud. Una aproximación desde la integralidad para la promoción del bienestar socioemocional. <https://www.aldeasinfantiles.org/getmedia/46fe8124-38f4-42d3-a391-d2039ab78b3c/Fasciculo-II-Desarrollo-Biopsicosocial-en-la-Adolescencia-y-Juventud.pdf>
- Asociación Catalana de Pacientes Hepáticos (2018). *Exposición al alcohol en la adolescencia y daños cerebrales*. <https://asscat-hepatitis.org/exposicion-al-alcohol-en-la-adolescencia-y-danos-cerebrales/>
- Ballesteros, M. N., Cabrera, E. F. & Villalobos-Gallegos, L. (2018). Propiedades psicométricas de la versión en español de la Escala de Actitudes y Hábitos de Consumo de Alcohol en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología*, 36(1), 103-135. <https://doi.org/10.5944/rpp.2018.21027>

- Barba, C., Jiménez-Sánchez, A., García, C. & Carrero, Y. (2020). Creencias religiosas, salud, personalidad y consumo de alcohol. *Medwave*, 20(1).
<https://doi.org/10.5867/Medwave.2020.S1.CS09>
- Bassante, C. F. (2020). *Predisposición cognitiva y búsqueda de sensaciones en el consumo de alcohol y tabaco en estudiantes universitarios de pregrado* [tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. Repositorio PUCESA.
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2973/1/77153.pdf>
- Bazán, C., Brückner, F., Giacomazzo, D., Gutiérrez, M. A. & Maffeo, F. (2020). Adolescentes, COVID-19 y aislamiento social, preventivo y obligatorio. Grupo FUSA AC. <https://grupofusa.org/wp-content/uploads/2020/05/Adolescentes-COVID-19-y-aislamiento-social.pdf>
- Berra, E. & Muñoz, S. I. (2018). El modelo transteórico aplicado al cambio de conductas relacionadas con la reducción del peso corporal. *Revista Digital Internacional de Psicología y Ciencia Social*, 4(1), 21-31.
<https://cuved.unam.mx/rdipycs/wp-content/uploads/2018/12/7.-El-modelo-transte%C3%B3rico-aplicado-al-cambio-de-conductas-relacionadas-con-la-reducci%C3%B3n-del-peso-corporal.pdf>
- Bravo, A., Díaz, R. & Díaz, P. E. (2021). Creación de disonancia cognoscitiva a partir de una Premisa Histórico Sociocultural de la pareja. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 13 (3), 199-209.
<https://doi.org/10.33881/2027-1786.rip.13312>

- Biolatto L. (2018). Estrategias con adolescentes para prevenir el consumo problemático de alcohol: modalidades y ámbitos de aplicación. *Hacia la Promoción de la Salud*, 23 (2), 48-66.
<http://www.scielo.org.co/pdf/hpsal/v23n2/0121-7577-hpsal-23-02-00048.pdf>
- Boza, D., Núñez, A. & Antúnez, J. A. (2021). Alcoholismo en adolescencia: visión Latinoamericana. *Revista Médica Sinergia*, 6(12).
<https://doi.org/10.31434/rms.v6i12.743>
- Cabanillas, W. (2020). Consumo de alcohol y género en la población adolescente escolarizada del Perú: evolución y retos de intervención. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 37(1)
<https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.371.5151>.
- Campillo, I. & Yepes, A. M. (2021). Impacto de la percepción de estereotipos de género en la comunicación comercial de las marcas de detergentes en Colombia en la intención de compra del consumidor millennial bogotano [tesis de pregrado, Colegio de Estudios Superiores de Administración]. Repositorio CESA.
https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4141/ADM_1020837103_2021_1.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Casango-Campechano, O., Cortaza-Ramírez, L. & Villar-Luis, M. (2017). Motivos para el consumo de alcohol en estudiantes de secundaria de Minatitlán, Veracruz, México. *Revista Médica Universidad de Veracruz*, 17(2), 25-38.
<https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=76961>

- Castillo, A. (2018). Actitudes hacia la divulgación de la ciencia en la investigación académica. *Revista Reflexiones*, 97(1), 11-25. <https://doi.org/10.15517/rr.v97i1.33284>
- Centro de Información y Educación para la prevención del abuso de drogas. (2017). *Epidemiología de las Drogas en la Población Urbana Peruana: Encuesta en Hogares 2017*. <http://www.cedro.org.pe/documentos/EPI2017.pdf>
- Chirolde, Y., Martínez, E., Borrego, J. & Olivero, R. (2019). Actitudes hacia el consumo de alcohol y habilidades para la prevención de adicciones en adolescentes. *Edumed Holguín* 2019. <http://edumedholguin2019.sld.cu/index.php/2019/2019/paper/viewFile/119/115>
- Comas, C., Martins, J. A., Nascimento, M. M. & Estrada, A. (2017). Estudio de las Actitudes hacia la Estadística en Estudiantes de Psicología. *Bolema: Boletim de Educação Matemática*, 31 (57). <https://doi.org/10.1590/1980-4415v31n57a23>.
- Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas. (2019). *Estudio nacional sobre prevención y consumo de drogas en estudiantes de secundaria 2017*. <http://www.cicad.oas.org/oid/pubs/PER%C3%9A%20-%20Estudio%20Nacional%20sobre%20Prevenci%C3%B3n%20y%20Consumo%20de%20Drogas%20en%20Estudiantes%20de%20Secundaria%202017.pdf>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública. (2020). Cuarentena COVID-19: cómo afecta en lo económico a las familias del Perú urbano. [Encuesta urbana aplicada en abril y mayo de 2020].

<http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/04->

2020%20COVID-

19%20COMO%20AFECATA%20EN%20LO%20ECONO%CC%81MIC

O.pdf

Córdoba, R., Camaralles, F. & San José, J. (2017). Posicionamiento sobre el consumo de alcohol. *Atención primaria*, 49(9), 505–507.

<https://doi.org/10.1016/j.aprim.2017.10.001>

Correa, D. M., Abarca, A. N., Baños, C. A. & Analuisa, S. G. (2019): Actitud y aptitud en el proceso del aprendizaje. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación*

y Desarrollo.

[https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/06/actitud-aptitud-](https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/06/actitud-aptitud-aprendizaje.html)

[aprendizaje.html](https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/06/actitud-aptitud-aprendizaje.html)

Cortés, M. L., Morales-Quintero, L. A., Rojas, J. L., Moral, M. V., Flores, M. & Rodríguez-Díaz, F. J. (2021). Patrones de consumo de alcohol y

percepciones de riesgo en estudiantes mexicanos (Alcohol consumption patterns and perception of risk in Mexican students). *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 12 (1), 17-33.

<https://www.aacademica.org/dr.jose.luis.rojas.solis/60.pdf>

<https://www.aacademica.org/dr.jose.luis.rojas.solis/60.pdf>

Cortez, L. S., Flores, K. Y. & García, W. (2017). Nivel de conocimiento y actitudes

hacia el consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes de la Universidad

Nacional de la Amazonía Peruana Iquitos [tesis de licenciatura,

Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Repositorio Institucional

UNAP.

https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/5374/Leydi_Tesis_Titulo_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Daza, L. (2022). Prevención del alcoholismo y consumo de otras drogas. *Revista de Salud Pública en Acción*, 3(2), 1-19.
<https://doi.org/10.53287/jmfa7173vx32q>

Defensoría de Buenos Aires. (2020). Estudio sobre el consumo de alcohol en jóvenes en tiempos de Covid-19 / en Cuarentena. Defensoría del Pueblo de la provincia de Buenos Aires. <https://defensorba.org.ar/pdfs/informes-tecnicos-upload-2019/informe-sobre-consumo-de-alcohol-en%20jovenes-covid-19.pdf>

De la Hoz, M. (2021). *Estrategia audiovisual: Modificación de la actitud hacia la conducta planificada, competencia proambiental y modulación autonómica* [tesis de maestría, Universidad de la Costa]. Repositorio CUC. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8942/Estrategia%20audiovisual%20Modificaci%c3%b3n%20de%20la%20actitud%20hacia%20la%20conducta%20planificada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

El Peruano (2021, 8 de enero). Publicación oficial. Normas legales. https://libertas.pe/web/wp-content/uploads/elperuano/indi_427_68.pdf

Enríquez, A. & Sáenz C. (2021). *Primeras lecciones y desafíos de la pandemia de COVID-19 para los países del SICA* (Serie Estudios y Perspectivas-Sede Subregional de la CEPAL en México n.º189). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46802/1/S2100201_es.pdf

- Escudero, C. L., & Cortez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Editorial UTMACH.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Faas, A. (2018). *Psicología del desarrollo de la niñez*. Editorial Brujas (2° edición).
<http://monitoreoddna.com/wp-content/uploads/2020/09/PSICOLOGIA-DEL-DESARROLLO-NINEZ-2EDICION-2018-COMPLETO.pdf>
- Farías, L. & Cuello, V. (2018). Percepción y autopercepción de los estereotipos de género en estudiantes universitarios de la región de Valparaíso a través de la publicidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 155-165.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332018000100009&lng=es&tlng=es.
- Figueroa-Gutiérrez, L. M. & Soto-Chaquir, M. (2018). Cuidado de transición de la adolescencia a la edad adulta. *Revista de Salud Pública*, 20(6), 784-791.
<https://doi.org/10.15446/rsap.v20n6.70407>
- Fondo de Población de las Naciones Unidas. (2021). PERÚ: Impacto de la pandemia de la COVID-19 en el bienestar de adolescentes y jóvenes.
<https://peru.unfpa.org/es/publications/per%C3%BA-impacto-de-la-pandemia-de-la-covid-19-en-el-bienestar-de-adolescentes-y-j%C3%B3venes#:~:text=En%20el%20Per%C3%BA%2C%20aproximadamente%202,2022%20%E2%80%94%20Casi%20la...&text=%22Urge%20una%20acci%C3%B3n%20decidida%20en,LGBTIQ%2B%2C%20migrantes%20y...>

- Galain, A. I., Dapuetto, J. J. & Varela, B. (2018). *Manual de habilidades avanzadas de la comunicación para estudiantes de Medicina del segundo trienio*. Universidad de la República. Comisión Sectorial de Enseñanza. <https://www.cse.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2018/12/Manual-de-habilidades-avanzadas-Ana-Ine%CC%81s-Galain.pdf>
- Garay, J. (2019). *Efectos socioeconómicos del cambio en la publicidad de bebidas alcohólicas en relación con el papel de la mujer* [tesis de bachiller, Universidad de Valladolid]. Repositorio Institucional UVA. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/37315/TFG-N.%201198.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García del Castillo, J. A., Dias, C., & López-Sánchez, C., Díaz-Pérez, J., Bastos, A. S., García del Castillo-López, Á. & Maciá, D. (2012). Adaptación de las escalas de actitudes hacia el tabaco, el alcohol y otras drogas en adolescentes portugueses. *Salud y drogas*, 12(1), 79 - 99. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83924615005>
- García-Mendoza, M., Parra, A. & Sánchez-Queija, I. (2017). Implicación en los estudios y consumo de drogas de adultos emergentes universitarios. *Apuntes de Psicología*, 35(1), 45-54. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68083/implicacion_estudios.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gázquez, J. J., Perez, C., Molero, M. & Simón, M. (2017). Búsqueda de sensaciones e impulsividad como predictores de la agresión en adolescentes. *Psychology, Society, & Education*, 8(3), 243-255. <https://doi.org/10.25115/psy.e.v8i3.185>

- Giménez, V. (2020). *La religión ante los problemas sociales: Espiritualidad, poder y sociabilidad en América Latina*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200604051639/Beliveau-La-religion.pdf>
- Giraldo-Ferrer, L. F., Velásquez-Tirado, J. D., López-López, L., Tirado-Otálvaro, A. F., & Restrepo-Medrano, J. C. (2018). Desarrollo y validación de escala multimodal para resultados de tratamiento en trastornos por uso de sustancias. *Hacia la Promoción de la Salud*, 23(1), 71-87.
<https://doi.org/10.17151/hpsal.2018.23.1.6>
- Godoy, D., Eberhardb, A., Abarca, F., Acuña, B. & Muñoz, R. (2020). Psicoeducación en salud mental: una herramienta para pacientes y familiares. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 31(2), 169-173.
<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2020.01.005>
- Góngora, O., Gómez, Y., Ricardo, M., Pérez, J., Hernández, E. & Riverón, W. (2019). Comportamiento del alcoholismo en adolescentes. *Acta Médica del Centro*, 13 (3), 315-327.
<https://www.medigraphic.com/pdfs/medicadelcentro/mec-2019/mec193d.pdf>
- González, A., López, K., Alonso, M., Guzmán, F., Álvarez, J. & Tizoc, A. (2018). Expectativas de consumo de alcohol e consumo de alcohol em jovens de áreas rurais e urbanas. *Revista De Enfermagem Referência*, (19), 49-59.
<https://bibvirtual.upch.edu.pe:2052/docview/2418151996/526746F605094542PQ/4?accountid=42404>

- González-Yubero, S., Palomera, M. & Lázaro-Visa, S. (2021). Empatía, Estilos de afrontamiento y Actitudes hacia el consumo como factores de protección del consumo intensivo de alcohol y el policonsumo en la adolescencia. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, 29, (2), 313-330. <https://doi.org/10.51668/bp.8321206s>
- Güelman, M. (2018). La rehabilitación del consumo de drogas como conversión. Un análisis de los programas de tratamiento de dos comunidades terapéuticas religiosas de redes internacionales. *Cuadernos FHyCS-UNJU*, 54, 163-189. <https://www.redalyc.org/journal/185/18561091007/html/>
- Güemes-Hidalgo, M., Ceñal, M.J. & Hidalgo, M.I. (2017). Pubertad y adolescencia. *ADOLESCERE Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, 5(1), 8-14. <https://www.adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCER E/vol5num1-2017/07-22%20Pubertad%20y%20adolescencia.pdf>
- Guerra, E., Machado, A. M., González, Y., Mesa, M. & Carrazana, I. (2019). Percepción de riesgo del uso nocivo del alcohol y sus consecuencias en adolescentes. *Multimed*, 23(4), 744-757. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1028-48182019000400744&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1028-48182019000400744&lng=es&tlng=es)
- Guevara & Martinez (2017). Relación entre el consumo de alcohol y la aceptación social de pares en los adolescentes de 12 a 16 años de la Institución Educativa Manuel Elkin Patarroyo del Municipio de Girardot Cundinamarca, en el IPA y el IIPA del 2017. Universidad de Cundinamarca. <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/1>

053/Relaci% C3% B3n% 20Entre% 20el% 20Consumo% 20de% 20Alcohol%
20y% 20la% 20Aceptaci% C3% B3n% 20Social% 20de% 20Pares% 20en% 20l
os% 20Adolescentes% 20de% 20la% 20Instituci% C3% B3n% 20Educativa%
20Manuel% 20Elkin% 20Patarroyo% 20del% 20Municipio% 20de% 20Girard
ot% 20Cundinamarca% 20C% 20en% 20el% 20IPA% 20y% 20el% 20IIPA% 20
del% 202017..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gil-Girbau, M., Pons-Vigués, M., Rubio-Valera, M., Murrugarra, G., Masluk, B.,
Rodríguez-Martín, B., García, A., Vidal, C., Conejo-Cerón, S., Ignacio, J.,
Martínez, C., Pujol-Ribera, E. & Berenguera, A. (2021). Modelos teóricos
de promoción de la salud en la práctica habitual en atención primaria de
salud. *Gaceta solitaria*, 35(1), 48-59.
<https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.06.011>

Guzmán, F. R., Pérez, V. E., Rodríguez, L., Mejía A. & Candia, J. S. (2019).
Influencia de la religiosidad en las actitudes y el consumo de alcohol en
adolescentes y jóvenes. *Benessere Revista de Enfermería*, 4(1).
<https://doi.org/10.22370/bre.41.2019.2301>.

Hernández, E., Calixto, M. & Álvarez, A. (2018). Intervenciones para disminuir el
consumo de alcohol en adolescentes: una revisión sistemática. *Enfermería
Global*, 49, 529-539. <https://doi.org/10.6018/eglobal.17.1.284891>

Hernández, M. A., Álvarez, J. S. & Aranda, A. (2017). El Problema de la Deserción
Escolar en la Producción Científica Educativa. *Revista Internacional de
Ciencias Sociales y Humanidades*, 27(1), 89-112.
<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=65456040007>

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). Mc Graw Hill Education <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Horacio, R. (2017). Actitudes frente al alcohol en adolescentes con propensión al consumo. *ConCiencia EPG*, 2(2), 36-45. <https://revistaconcienciaepg.edu.pe/ojs/index.php/55551/article/view/77/60>
- Huerta, F. I., Gaona, L., Hernández, M. A., Ortiz, V., Flores, H., Vázquez, E., Hernández, E. E., Rivas, J. M., Berdlez, O., Alpízar, G. F., Soubran, L. & Nannl, R. I. (2018). Psicoterapia individual, grupal y familiar del consumo de drogas. *Centros de Integración Juvenil, A.C.* <http://www.biblioteca.cij.gob.mx/publicaciones/tratamiento/libro4.pdf>
- Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones de México. (2020). Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la ciudad de México. Gobierno de la Ciudad de México. https://www.iapa.cdmx.gob.mx/storage/app/media/uploaded-files/CONSUMO%20DE%20ALCOHOL%20EN%20LA%20PANDEMI A_noviembre_2020.pdf
- Jiménez, B. I., Flores, P. L., Alonso, M. M. & López, K. S. (2022). Consumo de alcohol de los padres y su relación con el consumo de alcohol del adolescente durante la pandemia COVID-19. *Revista Internacional de Investigación en Adicciones*, 8(2), 25-31. <https://riiad.org/index.php/riiad/article/view/riiad-2022-2-04/364>

- Lara, M. I., Serio, M. & Garbero, M. N. (2019). Progresión y escalonamiento en el consumo de drogas: evidencia para Argentina. *Estudios Económicos*, 36(73), 5-42. <https://www.redalyc.org/journal/5723/572362863001/>
- López, I., Pedroza-Cabrera, F. J., Martínez, K. I. & De la Roca J. M. (2021). Abuso de alcohol y funcionamiento familiar en el modelo transteórico y la entrevista motivacional. *Investigación y Práctica en Psicología del Desarrollo*, 7, 1-39. <https://doi.org/10.33064/ippd72739>
- Manrique, A. & Ramírez, N. (2021). Niñas, Niños y Adolescentes en Pandemia. Instituto de Investigadores Jurídicas, 145-159. https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/14/6_503/10.pdf
- Marescalchi, M. A., LasHeras, D. M., Martínez, N. M. & Ramallo, R. E. (2018). *Sociología: aspectos significativos de estudio del siglo XXI : producción escrita de sociología con orientación a los estudiantes de Ciencias Económicas*. UniRío editora. <http://www.unirioeditora.com.ar/wp-content/uploads/2018/07/Sociologia-2018-definitivo.pdf>
- Márquez-Cervantes, M. & Gaeta-González, M. (2017). Desarrollo de competencias emocionales en pre-adolescentes: el papel de padres y docentes. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20(2), 221-235, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=217050478015>
- Martínez, A., Morral, A., Martínez, A., Payá, B., Imaz, C., Arango, C., López-Soler, C., Cruz, D., Fuentes, D., González, F., Bellido, G., Cuellar, I., Royo, J., Miralbell, J. Pina, L., Morago, L., Moreno, D., Tajés, M., Mestres, M., ... González, R. (2020). *Salud Mental en la Infancia y la Adolescencia en la era del COVID-19*. (1° ed.). Fundación Española de Psiquiatría y Salud

Mental.

https://www.seypna.com/documentos/2020_InformeCOVID_final.pdf

Martínez-Cardona, M., Muñoz-Borja, P. & Barberena-Borja, N. (2019). Consumo de alcohol y sus creencias en adolescentes y jóvenes. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 38 (4), 487-492.
<https://www.redalyc.org/journal/559/55964256019/html/>

Mayorga-Lascano, M., Moreta-Herrera, R., León-Tamayo, L. & Troncozo-Guevara, B. (2019). Actitudes favorables y consumo de alcohol en adolescentes ecuatorianos. *Health and Addictions*, 19 (2), 139-148.
<https://ojs.haaj.org/?journal=haaj&page=article&op=view&path%5B%5D=455&path%5B%5D=pdf>

Medrano, L. & Pérez, E. (2019). Manual de Psicometría y Evaluación Psicológica. Editorial Brujas (2° edición).
https://www.researchgate.net/profile/Leonardo-Medrano/publication/351094332_Manual_de_Psicometria_y_Evaluacion_Psicologica/links/6085d5cf8ea909241e261bed/Manual-de-Psicometria-y-Evaluacion-Psicologica.pdf

Mendoza, Y. L. & Vargas, K. (2017). Factores psicosociales asociados al consumo y adicción a sustancias psicoactivas. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 20 (1). <https://www.medigraphic.com/pdfs/epsicologia/epi-2017/epi171h.pdf>

Ministerio de Salud (2017). Documento Técnico: Situación de Salud de los adolescentes y Jóvenes en el Perú. *SINCO Diseño*.
<http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4143.pdf>

- Molina-Quiñones, H. & Salazar-Taquiri, V. (2022). Factores asociados al consumo de alcohol en adolescentes residentes en Lima, Perú. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 21 (3), 1-9.
<http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/4655>
- Morales, J., Tuse-Medina, R., & Carcausto, W. (2019). Consumo de alcohol y drogas ilícitas en adolescentes preuniversitarios. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 35(3).
<http://www.revmgisld.cu/index.php/mgi/article/view/878/262>
- Moreta-Herrera, C. R., Carrera-Aldás, J. C., Mayorga-Lascano, M., & Molina-Narváez, M. J. (2021). Actitudes hacia el consumo de sustancias. El efecto de la transición adolescencia-adulthood en una muestra de ecuatoriano. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 12(1), 30-49.
<https://doi.org/10.21501/22161201.3675>
- Moreta-Herrera, R., Mayorga-Lascano, M., Reyes-Valenzuela, C. & Durán-Rodríguez, T. (2021). Actitudes hacia el consumo, búsqueda de sensaciones y consumo de Alcohol. Modelo de mediación parcial en adolescentes ecuatorianos. *Revista Española de Drogodependencias*, 46(2), 58-71.
https://www.aesed.com/upload/files/v46n2_5_moreta.pdf
- Moreta-Herrera, R., Ilaja-Verdesoto, B., Mayorga-Lascano, M., León-Tamayo, L. & López-Castro, J. (2018). Actitudes y Disposición Personal ante el Consumo y Exposición a Sustancias en Adolescentes del Ecuador. *Salud y Drogas*, 18(2), 217-226.
https://www.researchgate.net/publication/326722936_Actitudes_y_Disposicion_Personal_ante_el_Consumo_y_Exposicion_a_Sustancias_en_Adoles

centes_del_Ecuador_Attitudes_and_Personal_Disposition_to_Consumption_and_Exposure_to_Substances_in_Teenagers_from_Ec

Muelas, R. (2021). ¿Sabes qué es la psicología social y por qué es tan importante?

La mente es maravillosa. <https://lamenteesmaravillosa.com/sabes-que-es-la-psicologia-social-y-por-que-es-importante/e>

Navarrete, B. R. & Secín, R. (2018). Generalidades del trastorno por consumo de

alcohol. *Acta Médica Grupo Ángeles*, 16(1) 47-53.

<https://www.medigraphic.com/pdfs/actmed/am-2018/am181h.pdf>

Northeast and Caribbean Addiction Technology Transfer Center. (2021). *El Modelo*

Transteórico del Cambio: Un modelo para el tratamiento de los trastornos por consumo de sustancias. Instituto de Investigación, Educación y

Servicios en Adicción, Universidad Central del Caribe, Bayamón, PR.

[https://www.uccaribe.edu/wp-content/uploads/2021/11/Modelo-](https://www.uccaribe.edu/wp-content/uploads/2021/11/Modelo-Transteorico-del-Cambio.pdf)

[Transteorico-del-Cambio.pdf](https://www.uccaribe.edu/wp-content/uploads/2021/11/Modelo-Transteorico-del-Cambio.pdf)

Ocaña, J., García, A., Cruz, Ó. & Pérez, C. (2020). Actitudes hacia el consumo de

alcohol en adolescentes chiapanecos. *Enseñanza e Investigación en*

Psicología, 2 (1), 84-96.

<https://www.revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/92/72>

Ontiveros, G., Bosco, M. D., Díaz, C., Valdes, R., Vargas, R. & Viniegra, M.

(2019). Desarrollo de un instrumento para evaluar actitudes hacia la

formación universitaria: un estudio de caso en la UAM-I. *Revista*

electrónica de investigación educativa, 21, (8).

<https://doi.org/10.24320/redie.2019.21.e38.1998>

- Ontiveros-Patiño, R., Sánchez, G. G., Aguilar, M. M., Ávila-Alpírez, H., Guerra-Ordoñez, J. A. & Duran-Badillo, T. (2021). Actitud ante el consumo de alcohol en adolescentes del Noreste de México. *Journal Health NPEPS*, 6(1), 191 - 204. <http://dx.doi.org/10.30681/252610105177>
- Organización Mundial de la Salud. (2021). Salud del adolescente. https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1
- Organización Panamericana de la Salud. (2019). *Informe sobre la situación mundial del alcohol y la salud 2018*. Resumen. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51352/OPSNMH19012_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palacios, L. I. (2021). Una revisión sistemática: Actitud hacia la investigación en universidades de Latinoamérica. *Comunicación*, 12(3), 195-205. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.3.533>
- Palacios, X. (2019). Adolescencia: ¿una etapa problemática del desarrollo humano? *Revista Ciencias de la Salud*, 17 (1). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56258058001>
- Paricio, R. & Pando, M. F. (2020). Salud mental infanto-juvenil y pandemia de Covid-19 en España: cuestiones y retos. *Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil*, 37 (2). <https://doi.org/10.31766/revpsij.v37n2a4>
- Parra-Fabara, I. C., Borja-Moscoso, K. T. & Reinoso-Ortiz, D. D. (2021). Disonancia Cognitiva y desarrollo integral, desde las Terapias alternativas, en estudiantes Cantón Latacunga, 2021-2022. *Polo del Conocimiento*, 63(6), 914-937. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8219329.pdf>

- Pintado, M. (2017). *Aplicación de la Teoría de la Conducta Planificada en la Seguridad Vial: velocidad, alcohol y drogas* [tesis de doctorado, Universidad Católica de Murcia]. Repositorio UCAM. <http://repositorio.ucam.edu/handle/10952/2678>
- Piovani, J. I. & Krawczyk, N. (2017). Los Estudios Comparativos: algunas notas históricas, epistemológicas y metodológicas. *Educação & Realidade*, 42(3), 821-840. <https://doi.org/10.1590/2175-623667609>
- Pulido, J. E. (2017). Actitud hacia la educación virtual de los alumnos de postgrado de la UPEL. *Razón y Palabra*, 21(98), 606-623. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199553113030>
- Quintana-Abello, I., Mendoza-Llanos, R., Bravo-Ferretti, C., & Mora-Donoso, M. (2018). Enfoque psicosocial. Concepto y aplicabilidad en la formación profesional de estudiantes de Psicología. *Revista Reflexión E Investigación Educativa*, 1(2), 89-98. <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/REINED/article/view/3623>
- Reyes-Milian, P. E., Placencia-Concepción, A. & Rodríguez-Duménigo, R. (2021). Consumo de tabaco y alcohol en adolescentes de la comunidad “El Delirio”, estado Guárico, Venezuela. *Revista médica electrónica de Ciego de Ávila*. <http://www.revmediciego.sld.cu/index.php/mediciego/article/view/1618/37>
71
- Rial, A., Golpe, S., Barreiro, C., Gómez, P & Isorna, M. (2020). La edad de inicio en el consumo de alcohol en adolescentes: implicaciones y variables asociadas. *Adicciones*, 32 (1), 52-62. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1266>

- Román, A. M. (2020). *Psicología Social y su importancia en Pandemia*. El bienestar en la cultura: Una mirada desde lo empírico y la episteme. <https://antonioroman.info/psicologia-social-y-su-importancia-en-pandemia/>
- Rondón, J. E. & Reyes, B. (2019). Introducción al modelo transteórico: rol del apoyo social y de variables sociodemográficas. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 22(3), 2601-2633. <https://www.medigraphic.com/pdfs/epsicologia/epi-2019/epi193g.pdf>
- Rodríguez, L. (2017). El adolescente y su entorno: familia, amigos, escuela y medios. *Pediatría Integral*, 21 (4), 261–269. <https://www.adolescenciasema.org/ficheros/CURSOS%202019/DOCUMENTACION%20CURSO/5%20Adole%20y%20entorno%20PI.pdf>
- Rodríguez, L. (2020). Guía-protocolo de actuación ante adicciones sin sustancia en adolescentes. *ár*, 8(2). <https://www.adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCER E/vol8num2-2020/54e1-54e5%20Guia-protocolo%20de%20actuacion%20ante%20adicciones.pdf>
- Rueda-Quijano, S. M., Amador-Ariza, M. A., Arboleda, A. M., Otero, J., Cohen, D., Camacho, P. A. & López, P. (2019). Concordancia en la evaluación del desarrollo puberal mediante la escala de Tanner entre adolescentes y un médico entrenado. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 36 (3). <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2019.363.4099>
- Sánchez, O. X. (2018). *Actitudes hacia el alcohol en estudiantes de 18 a 21 años de psicología e ingeniería de una universidad de Chiclayo* [tesis de

licenciatura, Universidad de Sipán]. Repositorio Institucional USS.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5684/S%C3%A1nchez%20Espejo,%20Olga%20Ximena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, I. M. (2021). Impacto psicológico de la COVID-19 en niños y adolescentes. *MEDISAN*, 25(1), 123-141.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192021000100123&lng=es&tlng=es.

Suárez-Relinque, C., Del Moral, G., Martínez, B. & Musitu, G. (2017). Baja percepción de riesgo en el consumo de alcohol en adolescentes españoles. *Cadernos de Saúde Pública*, 33 (7). <https://doi.org/10.1590/0102-311X00129716>

Telumbre, J., Esparza, S., Alonso, B. & Alonso, M. (2017). Actitudes hacia el consumo de alcohol y consumo de alcohol en estudiantes de enfermería. *Investigación En Enfermería: Imagen y Desarrollo*, 19(2), 69–81.
<https://www.redalyc.org/pdf/1452/145251406006.pdf>

Tena-Hernández, F.J. (2020). Psicoeducación y Salud Mental. *Revista SANUM*, 4(3), 36-45.
https://www.revistacientificasanum.com/pdf/sanum_v4_n3_a5.pdf

Tena-Suck, A., Castro-Martínez, G., Marín-Navarrete, R., Gómez-Romero, P., Fuente-Martín, A. & Gómez-Martínez, R. (2018). Consumo de sustancias en adolescentes: consideraciones para la práctica médica. *Medicina interna de México*, 34(2), 264-277. <https://doi.org/10.24245/mim.v34i2.1595>

- Tristán, C., Llorens, N., Brime, B., León, L., López, M., García, N. & Molina, M. (2021). *Monografía alcohol 2021. Consumo y consecuencias*. Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones. https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/publicaciones/catalogo/catalogoPNSD/publicaciones/pdf/2021_Monografia_Alcohol_consumos_y_consecuencias.pdf
- Urrea, A. M. (2020). *Módulo didáctico análisis funcional de la conducta*, 21-22. Editorial Institución Universitaria de Envigado. <https://www.iue.edu.co/documentos/Fondo-editorial/MD-AnalisisFuncionalConducta.pdf>
- Yupanqui-Lorenzo, D. E. (2017). Actitud hacia el consumo de alcohol en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. *Revista peruana de Psicología y Trabajo Social*, 6 (2), 79-89. https://www.researchgate.net/publication/324818997_Actitud_hacia_el_consumo_de_alcohol_en_estudiantes_de_psicologia_de_una_universidad_privada_de_Lima_Metropolitana