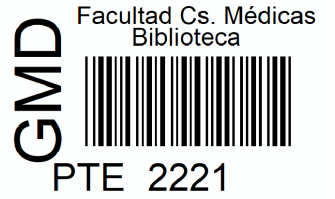


UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS

ESCUELA DE ENFERMERÍA



Proyecto de Tesina

**Violencia intrafamiliar, uso de redes sociales y consumo de alcohol
en adolescentes que asisten a un colegio secundario
público de la ciudad de Rosario**

Por: Suarez Valeria Eliana

Directora: Psic. Alejandra M. Bicoca

Docente Asesora: Dra. Nancy Martínez Salomón

Rosario, febrero de 2020

Protocolo de Investigación para regularizar la actividad académica Tesina

Resumen

El presente estudio trata una problemática cada vez más preocupante para el ámbito de la salud pública como lo es el consumo de alcohol en adolescentes. Este fenómeno ha experimentado un incremento en cuanto al número de consumidores jóvenes y cada vez a edades más tempranas, lo que representa múltiples problemas y trastornos de salud a temprana edad, no solo problemas físicos, sino también psicológicos y sociales. El problema con el consumo de alcohol se entiende como una problemática multidimensional en la que intervienen diferentes actores y contextos. En este caso, se estudiará el consumo de alcohol específicamente en jóvenes de 13 a 18 años y se lo vinculará a la influencia que tiene la violencia intrafamiliar y el uso de redes sociales sobre este fenómeno, por lo que tiene como objetivo identificar la relación que existe entre la violencia intrafamiliar, el uso de redes sociales y las características en el consumo de alcohol, según sexo, en adolescentes de 13 a 18 años que asisten a un colegio público de la ciudad de Rosario entre marzo y mayo del año 2020. Material y métodos: Se realizará un estudio cuantitativo, descriptivo, prospectivo de corte transversal en alumnos secundarios seleccionados a partir de un muestreo probabilístico al azar, mediante la aplicación de un instrumento basado en cuestionarios de preguntas cerradas para la medición de las variables. Los resultados serán representados posteriormente en gráficos circulares y sometidos a un análisis multivariado. Se utilizará estadística descriptiva e inferencial.

Palabras claves:

Violencia Intrafamiliar, Redes Sociales, Consumo de alcohol, Adolescentes.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Resumen y Palabras Clave	2
Índice General	3
Introducción	
Estado actual del conocimiento o Estado del Arte	4
Planteamiento del problema en estudio	9
Hipótesis y objetivos	9
Marco Teórico	
Material y Métodos	
Tipo de estudio o Diseño	33
Sitio o contexto de la investigación	33
Población y Muestra	34
Técnicas e Instrumentos para la recolección de datos	35
Cuidados éticos	41
Personal a cargo de la recolección de datos	41
Plan de Análisis	42
Plan de Trabajo y Cronograma	44
Anexos	
I. Guía de estudio de convalidación o exploratorio de los sitios	47
II. Instrumento de recolección de datos	48
III. Resultados del estudio exploratorio	51
IV. Resultados de la prueba piloto del instrumento	53
V. Consentimiento Informado	54
VI. Asentimiento Informado	55
Bibliografía	56

Introducción

El presente estudio trata la problemática vinculada al consumo de alcohol; un problema que cada vez se torna más preocupante por los crecientes casos de abuso y adicción a esta sustancia y las graves consecuencias que esto desencadena tanto a nivel físico, como psicológico y social, por lo que es considerado hoy en día uno de los principales problemas de salud pública. Se estudiará esta problemática específicamente en jóvenes adolescentes y se la vinculara a la influencia que tiene la violencia intrafamiliar y el uso de redes sociales en relación con este fenómeno. Las variables anteriormente mencionadas fueron seleccionadas debido a su gran relevancia y su extenso sustento teórico por lo que son consideradas de gran interés.

Para lograr una introducción en los conocimientos existentes sobre este problema presente en la actualidad, se realizó una revisión bibliográfica y sistemática de artículos científicos en relación a las variables violencia intrafamiliar, uso de redes sociales y características del consumo de alcohol. Dentro de esta búsqueda se utilizaron y revisaron publicaciones con cinco años de antigüedad como máximo y se seleccionaron artículos de validez científica con el fin de conocer la relevancia social del problema a estudiar, a cuántas personas afecta y de esta manera conocer y expresar la magnitud del mismo.

Uno de los estudios analizados fue realizado por estudiantes de la Universidad de Almería, España en el año 2016. “Consumo de tabaco y alcohol en adolescentes y relación con la familia”. En este, participaron un total de 822 alumnos de 3º y 4º curso de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), la muestra se seleccionó en diferentes zonas geográficas de la ciudad de Almería. El rango de edad fue de los 13 a los 18 años. Del total de la muestra, el 51.8% (N=426) eran hombres con una media de edad de 14.85 años y el 48.2% (N=396) mujeres con una media de edad de 14.82 años. Si bien, las variables incluidas en esta investigación son la permisividad de los padres ante el consumo de tabaco y la percepción del cariño recibido por los progenitores, es de mayor interés en este caso, la última variable referida a la “conflictividad familiar”.

Al realizar una comparación de consumidores en función de la conflictividad familiar, se destacó que los sujetos que discuten con sus padres o hermanos obtienen puntuaciones significativamente más altas en la frecuencia de consumo de alcohol. En cuanto a la magnitud de esta problemática, se identificaron 250 casos de adolescentes que viven dentro de un grupo familiar conflictivo en donde

discuten con sus padres o hermanos, es decir un 30,4% del total, mientras que son 571 aquellos adolescentes que no presentan discusiones con sus padres o hermanos, es decir el 69,4%. Sin embargo, dentro de este dato, en cuanto a la frecuencia del consumo de alcohol, los adolescentes que viven dentro de un ambiente familiar conflictivo tienen una media de 1.64, mientras que en aquellos en los que no viven dentro de un grupo familiar conflictivo, tienen una media de frecuencia de consumo de alcohol de 0,68. Por lo que se puede destacar la influencia que tienen las relaciones familiares en el desarrollo de los adolescentes, siendo estas un factor de riesgo o prevención dependiendo de las acciones que realicen los integrantes de la misma. (Barragan Martin, y otros, 2016)

Por otro lado, una investigación realizada por la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de Madrid en el año 2016: “El papel de la familia en el consumo de sustancias de adolescentes y jóvenes españoles” la cual analiza la relación de distintas variables familiares, conflicto interparental, comportamiento parental, y el consumo de sustancias en adolescentes y jóvenes españoles, menciona que participaron 88 sujetos, 42 hombres y 46 mujeres, entre 19 y 20 años, procedentes de diversas comunidades autónomas de España, pero principalmente de la comunidad de Madrid. El grupo tratamiento: compuesto por 42 adolescentes y jóvenes adultos consumidores de alcohol, tabaco y/o drogas ilegales que están en un programa de tratamiento en el que se incluyen 20 mujeres y 22 hombres con una edad media de 19,09 años. El grupo control: conformado por 46 sujetos que no están en tratamiento por consumo de sustancias ilegales, pero podrían ser consumidores de alcohol y tabaco en el que se incluyen 26 mujeres y 20 hombres con una edad media de 19,02 años.

La misma demuestra diferencias estadísticamente significativas en el conflicto interparental entre el grupo que consume sustancias (Media= 25,21; DT= 16,56) y el grupo de adolescentes y jóvenes adultos que no consumen drogas (Media = 19,17; DT= 7,657) siendo mayor la media en conflicto interparental en los adolescentes y jóvenes que consumen drogas. Estos datos dan a conocer la magnitud de dicha problemática permitiendo establecer una relación de causalidad entre el conflicto interparental y el abuso de sustancias en los hijos (Feito Crespo, 2016).

Por otra parte, una investigación realizada por estudiantes de la Universidad Veracruzana en el año 2016: “Redes sociales y su influencia en el consumo de drogas en estudiantes de preparatoria en Xalapa, Veracruz” identifica las características del contenido mediático relacionado con alcohol y marihuana, publicado en redes sociales, y explica la relación existente entre la exposición a dicho contenido, con los cambios en la percepción ante el consumo de estas sustancias en estudiantes de

preparatoria de 15 a 19 años. Para ello se seleccionaron 45 estudiantes de diferentes colegios de la ciudad de México y de Xapala dividiéndolos en 5 grupos focales manteniendo equilibrio entre el número de hombres y mujeres, y la diversidad de los contextos socioeconómicos y regionales.

La misma, da a conocer la relación entre la percepción que tienen los adolescentes con respecto a los pares sociales que suben imágenes relacionadas al consumo de alcohol y marihuana, la cual es desemejante entre los estudiantes de los bachilleratos públicos de la ciudad de Xalapa, y los estudiantes del medio rural perteneciente al municipio de Emiliano Zapata. Los estudiantes del bachillerato privado de la ciudad de Xalapa, justificaron el consumo de sustancias de sus pares, siempre y cuando se realice en privado, absteniéndose de publicarlo en redes sociales, y que la finalidad de dicho consumo sea el disfrute de la marihuana o del alcohol. Sin embargo, los estudiantes de la ciudad de México, no comparten dicha percepción, sino que este grupo tolera la decisión de sus pares que suben fotos y videos de su consumo.

La percepción que tienen los adolescentes con respecto al consumo de drogas en las redes sociales; tanto los grupos de los bachilleratos públicos de la ciudad de Xalapa como los del medio rural, refirieron no tener curiosidad por experimentar los efectos del consumo de alcohol el cual consideran desagradable, sin embargo, aceptaron que la publicidad de bebidas alcohólicas puede generar curiosidad para consumirlo principalmente en personas más jóvenes que ellos, por ser más influenciables a los mensajes publicados en las redes.

Para los alumnos de bachillerato privado de la ciudad de Xalapa, la autoestima y los valores son determinantes para evitar ser influenciados por los mensajes publicitarios relacionados con el consumo de alcohol, marihuana y otras drogas. La decisión de iniciarse o no a consumir alcohol o marihuana, está en relación con la presión de sus pares consumidores. Algunos jóvenes declararon sentir curiosidad por experimentar los efectos de drogas distintas al alcohol y al tabaco, como las anfetaminas, estos adolescentes explicaron que el carácter prohibido de las drogas ilegales les produce curiosidad por experimentar sus efectos, y que el contenido publicado en redes sociales refuerza dicha curiosidad. El grupo de adolescentes de la ciudad de México, afirmó que la información relacionada con el consumo de drogas en las redes sociales ha incrementado su conocimiento y eliminado el estigma social hacia su consumo. (Cruz Juarez, Montero Dominguez , Salas Garcia , & Ortizleon , 2016)

Por último, una investigación realizada en México y publicada por la Revista de Salud NPEPS: “Uso de Facebook y su relación con el consumo de alcohol en jóvenes universitarios mexicanos” en el año 2017 identifica la relación entre uso de Facebook y el involucramiento con el alcohol en jóvenes universitarios. La población estuvo constituida por 949 jóvenes universitarios de ambos sexos, de 17 a 26 años de edad, de la ciudad de Nuevo Laredo, Tamaulipas, México. El tipo de muestreo fue probalístico. El tamaño muestral final (n= 204) fue calculado para detectar correlaciones (tamaño de efecto pequeño de 0.2, error alfa de .05 y poder de 82%), y pruebas de comparación de grupos independientes (tamaño de efecto mediano 0.5, error alfa de .05, y poder del 90%).

Respecto a la relación entre el uso de Facebook y la implicación con las bebidas alcohólicas, se observa una correlación positiva significativa entre las horas de uso de Facebook al día, días de uso de Facebook a la semana, días de uso de Facebook al mes. Esto sugiere que, a más horas destinadas al uso de Facebook al día, más días de uso de Facebook a la semana, y más días de uso de Facebook al mes, mayor es la implicación y consecuencias del consumo de alcohol entre los jóvenes universitarios.

Los principales usuarios de Facebook fueron mujeres con un 55%, identificándose relación positiva entre las horas de uso de Facebook al día, días de uso a la semana, días de uso al mes y consumo de alcohol ya que las mujeres también son el grupo que predomina en cuanto al consumo de alcohol por año y por semana. Dentro de los grupos que más alcohol consumió alguna vez en su vida las mujeres obtuvieron un 88.9%, mientras que los hombres obtuvieron un 82.6%, el grupo que más alcohol consumió en el último año corresponde a las mujeres con un 80% y un 66.7% a los hombres, el grupo que más alcohol consumió en el último mes fue el único grupo predominado por hombres con un 60.9%, mientras que las mujeres obtuvieron un 58.5%, y el grupo que más alcohol consumió en la última semana fue predominado por las mujeres con un 42.2%, continuándole los hombres con un 30.4%. Por lo que se puede concluir que, de acuerdo a resultados a mayor uso de Facebook, mayor consumo de alcohol, pudiéndose convertir en una problemática de salud y de interés para el personal de enfermería para su prevención.

Resulta de gran importancia para enfermería conocer de qué forma se transmite dicha influencia, para poder así, diseñar campañas preventivas eficaces para la disminución del consumo de alcohol y sus consecuencias en los jóvenes. Enfermería como agente de salud, debe conocer la importancia y la magnitud de esta problemática, las consecuencias que desencadena a corto y largo plazo, la gravedad

de las mismas, los patrones de comportamiento de los adolescentes consumidores para poder de esta manera impulsar el desarrollo de programas de promoción y prevención incluyendo a la población más vulnerable a esta problemática como son los adolescentes y a su principal entorno ayudándolos en conjunto a adquirir una serie de competencias fundamentales para enfrentar las presiones que experimentan por el entorno y lograr transitar de manera satisfactoria esta etapa entre la niñez y la vida adulta. De esta manera se pretende concientizar a la población acerca de este fenómeno, de la gravedad que representa para la salud y para el desarrollo durante la vida adulta. La finalidad es disminuir la incidencia del consumo y/o retrasar el contacto con el alcohol.

En cuanto al ámbito familiar y su gran influencia en este fenómeno, se deben realizar orientaciones y/o tratamientos para superar las experiencias negativas vividas en sus hogares y fortalecer sus vínculos afectivos, para que estén en condiciones de aprender a compartir actividades familiares, intelectuales y culturales, lo que obviamente no lograrán solos sino mediante la intervención de equipos de salud que incluyan a la familia en el tratamiento. Por lo tanto, el trabajo con la familia además de resolver problemas y reducir factores de riesgo estaría orientado a rescatar y fomentar los factores protectores. De esta manera, se adhiere a lo expresado por Hidalgo y Weinreich cuando señalan que la intervención familiar incluiría no solo la terapia familiar sino el trabajo comunitario con familias en riesgo biopsicosocial para propiciar la disminución de los factores de riesgo y fomentar los factores de protección. (Hidalgo & Weinreich, 2004)

Desde el punto de vista que involucra a las redes sociales, deben realizarse esfuerzos en donde se tengan en cuenta las características del contenido que se maneja en las redes sociales e implementar estrategias para educar a los adolescentes en técnicas para comprobar la validez de las fuentes de información a las cuales consultan, y evitar de esta forma que los mismos adopten una percepción hacia el consumo de drogas basada en información errónea. Hay que tener en cuenta también, que la información que reciben los jóvenes acerca del consumo de drogas es mayormente positiva, aunque carece de sustento científico, por lo tanto, la información preventiva debe encaminarse a desmitificar la información que se publica en las redes utilizando fuentes científicas, y de ser posible, adaptar esta información a un formato llamativo, breve y fácil de comprender, además se recomienda evitar tomar posturas prohibicionistas o dogmáticas para abordar las drogas y a los consumidores, pues son recibidas con un marcado rechazo por los adolescentes.

En fin, todas estas acciones se consideran necesarias para lograr el propósito de sacar esta problemática a la luz y llevarla al conocimiento de todos los ciudadanos y autoridades municipales ya que no solo se necesitan acciones individuales y familiares, sino políticas públicas que orquesten las medidas pertinentes en las áreas de economía, salud, educación y seguridad social; con el fin de ofrecer a la población mayores oportunidades para desarrollar estilos de vida saludables; así como servicios de prevención, detección y tratamiento oportuno.

Delimitación del problema: ¿Qué relación existe entre la violencia intrafamiliar, el uso de redes sociales y las características del consumo de alcohol, según sexo en adolescentes entre 13 y 18 años que asisten a un colegio público de la ciudad de Rosario entre marzo y mayo del año 2020?

Se plantea la siguiente **Hipótesis:** los adolescentes que tienen adicción a las redes sociales y viven dentro de un grupo familiar violento tienen mayor riesgo de adoptar conductas relacionadas al consumo de alcohol.

Objetivo general: determinar la relación que existe entre la violencia intrafamiliar, el uso de redes sociales y las características del consumo de alcohol, según sexo en adolescentes entre 13 y 18 años que asisten a un colegio público de la ciudad de Rosario entre marzo y mayo del año 2020.

Objetivos específicos:

- ✓ Identificar la existencia de violencia física dentro del grupo familiar del adolescente.
- ✓ Identificar si los adolescentes experimentan violencia psicológica dentro del grupo familiar.
- ✓ Identificar la presencia de actitudes familiares que demuestren violencia social.
- ✓ Identificar la existencia de violencia patrimonial o económica dentro del grupo familiar.
- ✓ Determinar si el adolescente experimenta o es testigo de violencia de género en el interior del grupo familiar.
- ✓ Determinar la accesibilidad que los adolescentes poseen a las redes sociales.
- ✓ Determinar la frecuencia con la que los adolescentes hacen uso de las redes sociales.
- ✓ Determinar el tiempo que los adolescentes permanecen en las redes sociales.
- ✓ Identificar la actitud que tienen los adolescentes ante el uso de redes sociales.
- ✓ Determinar la edad de inicio en el consumo de alcohol de los adolescentes.

- ✓ Determinar la frecuencia con la que los adolescentes consumen alcohol.
- ✓ Determinar la cantidad de alcohol consumido por los adolescentes.
- ✓ Determinar las situaciones personales que fomentan e incentivan al adolescente al consumo de alcohol.
- ✓ Determinar si el evento del consumo de alcohol en el adolescente se da cuando esta solo o en compañía con otras personas.

Marco Teórico

El consumo y abuso de alcohol es uno de los temas que más preocupa a todo el sistema de salud por su notable aumento y la gravedad de efectos que éste produce, es por ello considerado actualmente un tema de gran preocupación y uno de los principales problemas de salud pública. El uso nocivo de alcohol es uno de los factores de riesgo prevenibles de las Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT), junto al consumo de tabaco, la alimentación no saludable y la inactividad física. Los cuatro factores afectan significativamente el aumento de la prevalencia de las principales ECNT que concentran la mayor carga de enfermedad incluyendo enfermedades cardiovasculares, cáncer, diabetes y enfermedades respiratorias crónicas. Así, el uso nocivo de alcohol tiene graves repercusiones en la salud, a la vez que genera altos costos sanitarios y provoca efectos perjudiciales tanto para el consumidor como para quienes lo rodean y para la sociedad en general (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019)

En América, el alcohol representa el primer factor de riesgo y es responsable por el 5,6% de todos los decesos. Además, unos 320.000 jóvenes de entre 15 y 29 años de edad mueren en la región por causas relacionadas con el consumo de alcohol. El consumo nocivo y problemático de alcohol en los adolescentes está asociado a daño cerebral y déficits neuro-cognitivos, lo que tiene efectos sobre el aprendizaje y desarrollo intelectual, además, aumenta la carga de morbilidad relacionada con múltiples enfermedades, tales como la tuberculosis, la infección por VIH/SIDA y el cáncer, y está relacionado con muchos problemas graves de índole social y del desarrollo, en particular, la violencia, el descuido, el maltrato de menores y el ausentismo laboral. (OPS, 2016)

En Argentina, específicamente se conoce que el 81% de las personas tomaron alguna bebida alcohólica en su vida y el consumo actual de alcohol se encuentra presente en el 53% de la población mayormente en los varones. Además, se registran datos de consumo de 9,8 litros de alcohol puro per cápita, para un promedio regional de 8 litros y con proyecciones en aumento para el año 2025 (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019)

En cuanto a la edad de inicio es una variable muy importante de evaluar ya que describe patrones de uso de las sustancias, identifica población en riesgo y condiciones de vulnerabilidad y, por lo tanto, permite pensar en la eficacia de programas de prevención. La edad de inicio promedio en el consumo de alcohol es de 15 años. En relación a la incidencia del consumo de alcohol el porcentaje de nuevos

bebedores pasó de 9,7% en el 2010 a 37,1 % en el 2017. En el caso de los varones dicha tasa casi cuadruplica a la de 2010. (Sedronar, 2017).

De todas las muertes atribuibles al alcohol, el 28,7% se debieron a lesiones causadas por siniestros viales, autolesiones y violencia interpersonal; el 21,3% a trastornos digestivos, el 19% a enfermedades cardiovasculares, y el resto a enfermedades infecciosas, cáncer, trastornos mentales y otras afecciones (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019)

“El alcohol es un sedante/hipnótico. Además de los efectos sociales de su consumo, la intoxicación alcohólica puede causar envenenamiento o incluso la muerte; el consumo intenso y prolongado origina en ocasiones dependencia o un gran número de trastornos mentales, físicos y orgánicos” (Organization World Health, 1994).

El consumo de alcohol es una práctica impuesta culturalmente por la sociedad y resulta una conducta común al igual que muchas otras, pero, sin embargo, en determinadas circunstancias, puede tornarse en patológica. “El diagnóstico de abuso de alcohol se establece cuando, en los últimos 12 meses, el consumo de alcohol ha resultado en que el individuo descuide significativamente sus obligaciones laborales o familiares, consuma en situaciones en que es riesgoso para sí o para terceros o tenga problemas interpersonales o legales recurrentes debido al consumo”. (Organization World Health, 1994)

Un sujeto que experimenta cierto grado de dependencia al alcohol, centra su interés en la búsqueda continua de esta sustancia, llegando a consumir cantidades cada vez mayores. Los sujetos con dependencia usualmente poseen un historial de intentos infructuosos por abandonar la bebida y, cuando temporariamente lo hacen, pueden experimentar un conjunto de síntomas y signos negativos que configuran lo que se conoce como síndrome de abstinencia. (Pautassia, 2013)

El consumo de alcohol a largo plazo afecta negativamente tanto el desarrollo mental llegando a producir trastornos en la concentración, la memoria, en las habilidades verbales, la percepción visuoespacial, problemas de depresión, de ansiedad y autoestima, como también problemas físicos incluyendo sangrados internos, daños orgánicos, diferentes tipos de cáncer, alteración en la presión arterial, problemas cardiacos, enfermedades pulmonares, gastrointestinales, musculoesqueléticos, trastornos reproductivos y contribuye a aumentar la carga de morbilidad asociada a enfermedades transmisibles como el VIH/SIDA, la tuberculosis y las de transmisión sexual, debido por un lado al debilitamiento del sistema inmunitario por efecto del alcohol y, por otro, a que la embriaguez

obstaculiza la adherencia de las personas al tratamiento con antirretrovirales. (Baan et al., 2007; Shield, Parry & Rehm, 2013. Además, es importante destacar que el consumo de alcohol inhibe la capacidad de razonamiento y de juicio, hecho que puede acarrear a determinadas conductas sociales como lo es la baja productividad, la carencia de proyectos de vida, las conductas violentas y delictivas lo cual representa una gran amenaza social, o incluso hacer uso de otro tipo de sustancias ya sean legales o ilegales, intensificando aún más los daños en la salud.

Del mismo modo, el consumo de alcohol, puede generar daños potenciales que van más allá de la salud física y psíquica del individuo, es decir, que un sujeto en estado de embriaguez puede llegar a lastimar a otras personas o ponerlas en peligro de sufrir lesiones y el consumo de alcohol puede ocasionar daños transgeneracionales por exposición prenatal y a terceros. En otras palabras, el uso nocivo de alcohol tiene un profundo efecto perjudicial en la sociedad. (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019).

Dentro del ámbito económico, el consumo nocivo de alcohol también representa un motivo de problemas al generar altos costos económicos que podrían clasificarse en tres grandes categorías. La primera relacionada a costos directos referidos a las erogaciones en que incurren las distintas instituciones (sistema de salud, sistema policial, justicia penal, protección social, etc.) para cubrir hospitalizaciones, atención ambulatoria y domiciliaria, medicamentos, tratamiento psicológico, daños a la propiedad por accidentes y conflictos con la ley, detenciones de vehículos, etc. La segunda categoría se refiere a los costos indirectos atribuibles a la pérdida de productividad de las personas consumidoras de alcohol, por el ausentismo, la reducción de ganancias potenciales y los años de trabajo perdidos por muerte prematura o discapacidad que genera la dependencia al alcohol. Finalmente, la tercera categoría contempla los costos intangibles; aquellos atribuidos al dolor, sufrimiento y deterioro en la calidad de vida como consecuencia del uso indebido de bebidas alcohólicas (Anderson, Bruijn, Angus, Gordon, & Hastings, 2009).

Sin embargo, estos daños van a depender de varias características y será necesario evaluar ciertos indicadores para comprender mejor este fenómeno del consumo como lo son la frecuencia, la cantidad de alcohol consumido, y el evento del consumo. Por lo tanto, para el análisis de este problema, resulta imprescindible el conocimiento de todas y cada una de las dimensiones o elementos que lo conforman.

Cabe destacar que en 1997 se sancionó la ley 24788: “Ley Nacional de Lucha Contra el alcoholismo” que prohíbe en todo el territorio argentino el expendio a menores de dieciocho años, de todo tipo de

bebidas alcohólicas. Se creó además el “Programa Nacional de Prevención y Lucha contra el Consumo Excesivo de Alcohol” poniendo el énfasis en prevenir un consumo dañino, la detección precoz y el tratamiento eficaz, desarrollado en un ámbito regional pero articulado a nivel nacional. Se destacan en dicho programa diversas medidas, tales como leyes y normas administrativas, que controlan el circuito desde la producción, comercialización, publicidad y expendio de sustancias y otras estrategias sanitarias destinadas a la población general y de alto riesgo que comprenden la promoción, la prevención, la asistencia y rehabilitación. En el mismo, se establecen también las responsabilidades y competencias de todas las áreas que intervienen incluyendo sociedades científicas, asociaciones profesionales y organizaciones de la sociedad civil para lograr un tratamiento planificado, concertado y efectivo. Se intenta, además, fortalecer la función rectora del Estado con el propósito de controlar la disponibilidad de bebidas alcohólicas, regular la publicidad que promueve o estimula su consumo y desarrollar medidas educativas que disminuyan la tolerancia social hacia el problema, cuyas manifestaciones implican graves trastornos en la vida personal, familiar y social. (Ministerio de Salud, 2011).

Sin embargo, según datos de la Tercera Encuesta Mundial de Salud Escolar (EMSE, 2018), el 77,1% de los adolescentes de 13 a 15 años consumió alcohol por primera vez antes de los 14 años de edad (presenta un aumento de prevalencia respecto del valor relevado por la Primera Edición de la misma encuesta en el año 2007 del 72.8%) y 7 de cada 10 adolescentes de entre 13 y 15 años compraron bebidas alcohólicas de acuerdo a la última edición de la EMSE pese a la prohibición de venta a menores que establece la ley 24788 que rige actualmente en la República Argentina. Por lo tanto, puede decirse que si bien actualmente se encuentran en vigencia estas normativas que intentan controlar la adquisición y el consumo de alcohol en adolescentes no tienden a respetarse con rigurosidad por las personas.

Las necesidades de política de las comunidades y las naciones cambian con cada nueva generación y con cada nueva epidemia de problemas relacionados con el alcohol, especialmente en países con menos recursos, donde existe una gran necesidad de investigación relevante para la política. Aquellas partes del mundo, particularmente en Asia, África y América Latina que tradicionalmente han tenido controles débiles para el alcohol y niveles agregados relativamente bajos de consumo de alcohol, están siendo amenazadas por una expansión de producción comercial y comercialización avanzada en la industria de las bebidas alcohólicas. Es probable que estos sucesos aumenten su susceptibilidad a los problemas relacionados con el alcohol. (Babor, y otros, 2010)

Si bien los programas son claros y rigurosos en cuanto a su reglamentación en relación al alcohol y el adolescente, deben contar con una mayor difusión y reconocimiento por parte de la sociedad para que de esta manera se actué de acuerdo a las normativas planteadas por dicha reglamentación, logrando contribuir con el propósito de disminuir el consumo excesivo de alcohol, sobre todo en adolescentes, quienes representan el futuro de la sociedad y se encuentran en un periodo decisivo de sus vidas marcado por rápidos y numerosos cambios en su desarrollo tanto interno a nivel fisiológico y psicológico, como externo a nivel social. Es una etapa en donde el individuo decide su forma de ser, de pensar, de relacionarse con su entorno y las personas que lo rodean, toman decisiones fundamentales y fijan metas a largo plazo que definirán su vida adulta y para lo cual deben gozar del máximo nivel de salud y bienestar.

El consumo de alcohol es un fenómeno multidimensional, en el que intervienen múltiples factores, eventos y contextos. La presión social es uno de los factores que acompaña al sujeto durante la mayor parte de la adolescencia. El deseo permanente de querer ser aceptado e integrado por un grupo de pares permite la influencia de los adolescentes llevándolos a realizar determinadas acciones y adoptar ciertas conductas para alcanzar dicho fin y poder ser reconocido.

La OMS define la adolescencia como el periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años. (Salud del adolescente)

La etapa adolescente es una etapa caracterizada por muchos cambios en muy poco tiempo; es un proceso psicológico unido al crecimiento social y emocional que surge en cada persona. Cuando se habla de cambios, se hace referencia a cambios a nivel cognitivo, a nivel biofisiológico, psicológico, intelectual y social que sitúan a cada persona ante una nueva forma de vivenciarse a sí misma y al entorno que le rodea.

Principalmente, a nivel cognitivo, los adolescentes experimentan un marcado remodelamiento del cerebro. Específicamente, se observa un aumento de la sustancia blanca y una reducción en el número de neuronas (sustancia gris) y en el número de conexiones entre neuronas (sinapsis), particularmente en áreas pre-frontales del cerebro las cuales están asociadas a los procesos de regulación y planificación de la acción. Tal como se mencionó anteriormente, algunos investigadores creen que el consumo de alcohol (u otras drogas) durante la adolescencia puede ser más peligroso que en la edad adulta porque las drogas interferirían con estos procesos de desarrollo neural (Pascual, Boix, Felipe, & Guerri, 2009).

De acuerdo a la Asesoría Psicosocial de Centro Informajoven, desde el punto de vista psicológico e intelectual, el adolescente presenta una mayor curiosidad por conocer el mundo que lo rodea. Los mismos adquieren una nueva forma de pensamiento, pueden formular hipótesis, razonar acerca de ellas y extraer sus propias conclusiones. La persona comienza a poner en tela de juicio todo aquello que hasta el momento era inamovible y tiene opiniones propias y críticas sobre diferentes aspectos de la vida en general. Pueden orientar su afecto hacia determinadas ideas y valores y comprometerse de algún modo con ellos. (Asesoría Psicosocial del Centro Informajoven, 2019)

Por otra parte, desde la perspectiva social, al adolescente le preocupa y le da mucha importancia al hecho de pertenecer a un grupo y compartir ideas o gustos. Durante esta etapa aparecen cambios en la capacidad de integración social, en el grupo de iguales se conforman una serie de normas y nuevos valores. También se sigue formando y consolidando la identidad sexual y afectiva, tomando protagonismo la conformación de un grupo de pares y la pareja. El deseo sexual aparece de una forma clara, después de la pubertad. La persona se encuentra con la atracción física hacia otra persona, con sentimientos, deseos y conductas sexuales y se van definiendo entonces la orientación sexual, los grupos y preferencias personales

Finalmente, en relación a la imagen corporal, se ve modificada debido a la intervención de las hormonas de la sexualidad, principalmente los estrógenos, la progesterona y la testosterona. Las mismas se encuentran presente en ambos sexos, aunque en diferentes concentraciones (en el hombre hay mayor nivel de testosterona y en la mujer mayores niveles de estrógenos y progesterona) y también varía el nivel hormonal en una misma persona en diferentes momentos.

Entre los principales problemas de salud que presentan los adolescentes se incluye justamente el consumo tanto de alcohol, tabaco y otras drogas lo cual representa una preocupación importante ya que la ingesta de alcohol en la niñez y adolescencia genera consecuencias negativas inmediatas y mediatas. Además, los adolescentes que consumen, se encuentran expuestos al riesgo de desarrollar problemas con el alcohol en la edad adulta. Específicamente, se ha observado una relación significativa, positiva y lineal entre la edad de inicio del consumo de alcohol y la probabilidad de desarrollar abuso y dependencia hacia la sustancia. En otras palabras, la iniciación temprana embarca a los adolescentes en trayectorias de consumo problemático y riesgoso y se constituye como un factor de vulnerabilidad para la ingesta abusiva de alcohol en el futuro. Esto se ha llamado efecto de “iniciación” o “debut temprano” (Pedersen & Skrondal, 1998).

Además, a diferencia de los adultos, el consumo adolescente de alcohol dificulta la maduración del sistema nervioso central, lo que puede dar lugar a posibles problemas de memoria y aprendizaje, afectando directamente el rendimiento escolar además de que predispone a padecer alteraciones en el crecimiento y la maduración sexual.

El consumo de alcohol y otras drogas también se encuentra directamente vinculado con la falta de productividad, lo que desencadena problemas a nivel mental. “La depresión es la principal causa de enfermedad y discapacidad entre los adolescentes, y el suicidio la tercera causa de muerte. La violencia, la pobreza y la humillación pueden aumentar el riesgo de desarrollar un problema de salud mental a estas edades” (OMS, www.who.int, 2018).

El adolescente se ve expulsado de su zona de confort y se ve amenazado ante nuevas responsabilidades con las que debe cargar para llegar así a la etapa adulta. Estos cambios generan crisis, miedo, fragilidad y vulnerabilidad, siendo el adolescente un sujeto influenciable y aumentando así, el riesgo de adquirir conductas que puedan llegar a ser perjudiciales para su salud. Un aspecto que caracteriza al sujeto adolescente es que tienden a adoptar comportamientos sin tomar conciencia del riesgo que puede representar; adquieren conductas impulsivas y están en constante búsqueda de la libertad y el placer, desplazando al núcleo familiar como su principal núcleo de apoyo y contención, dándole protagonismo al contexto sociocultural el cual juega un papel fundamental. El contacto con otros adolescentes que se encuentran en la misma situación genera conductas que tienden a realizarse para alcanzar sentimientos de satisfacción, de libertad y lograr la aceptación de los demás pares, como lo es el consumo de sustancias, entre ellas el alcohol. El consumo adquiere un significado de pertenencia e identidad y se utiliza para divertirse, socializar y sentirse acompañados.

Estos aspectos de la adolescencia son lo que hacen a esta población, una población vulnerable, en crisis que intenta atravesar esta etapa sosteniéndose en diferentes actores del entorno como lo son amigos y la familia principalmente.

El entorno familiar es el primer entorno social con el que entra en contacto el individuo desde su nacimiento y juega un papel fundamental en la transición de esta etapa. La familia brinda y transmite un sistema de conocimientos, creencias, valores y actitudes que se espera que se utilicen y se apliquen por el adolescente durante esta etapa y en su vida y que ayudaran al sujeto a incorporarse y adaptarse a la sociedad en la que vive facilitando la socialización y el desarrollo de un sentido de identidad y

pertenencia que permita sentirse incluido satisfactoriamente dentro de una comunidad. Por lo tanto, la familia es un pilar fundamental, en donde los individuos forman su personalidad en relación al ambiente en el que viven y crecen.

Las creencias son ideas compartidas por un grupo, en este caso la familia, que son consideradas verdaderas y ciertas, es decir, que son las creencias que el grupo tiene acerca de diferentes cosas y aspectos y que son transmitidas de generación en generación. “A partir de las creencias que se transmitan y se incorporen se originan los valores, los que le dan forma a las actitudes, las cuales se manifiestan y se reflejan a través de las conductas” (Fundacion Gedeón, 2015)

La actitud es una predisposición aprendida para responder de un modo consistente frente a determinadas personas, objetos o situaciones y son manifestaciones de nuestros propios valores. (Fundacion Gedeón, 2015). La transmisión de actitudes dentro de este ámbito, se lleva a cabo con la intención de que el sujeto sepa ubicarse ante determinadas circunstancias de la vida que se le presenten, que sepa cómo actuar ante ellas y superarlas satisfactoriamente. Se transmiten actitudes también para aceptar y asumir las responsabilidades y compromisos existentes en cualquier etapa de la vida, es decir que el adolescente responda a los compromisos tanto personales como sociales construyendo las bases para una personalidad justa, responsable y comprometida tanto consigo mismo como con los demás.

Por su parte, “Los valores son la razón por la cual se ejecuta un comportamiento; son conceptos o creencias, modos deseables de ser o comportarse, que dan lugar a las normas. Los mismos pueden ser morales, éticos, culturales y científicos. Los dos primeros son los que más influyen en los comportamientos y psicología del adolescente, debido a la influencia que estos tienen en la autoestima y concepto de sí mismo. La libertad es uno de los valores más priorizados por los adolescentes, y puestos por encima de muchos otros valores como la salud, siendo ubicada como un valor principal y no es fácil convencer de lo contrario” (Rodríguez Molinero, 2017). Educar en valores es, por lo tanto, transmitir una base de valores con las que el individuo se sostendrá en todas sus acciones manteniendo coherencia entre lo que piensa, lo que dice y lo que hace; se basa en transmitir hábitos, actitudes, costumbres, creencias y responsabilidades sociales fundamentales para el desarrollo individual y social. La familia es un importante protagonista en dicha tarea, por lo que se considera un pilar fundamental en el desarrollo de la actitud y personalidad del adolescente, aunque esta responsabilidad de enseñanza también se ve compartida por otros entornos como lo es la escuela y los grupos de pares.

Va a depender del sistema de valores, creencias, actitudes y comportamientos que se transmita, el tipo de relación y vínculo que se cree y se mantenga entre los miembros de la familia, con el grupo de pares y con la sociedad en general que se pretende que sea una relación armoniosa, afectiva y de ayuda mutua, lo que se considera fundamental para transitar una adolescencia de la manera más enriquecedora posible.

Sin embargo, en contraste, la misma familia puede ser la desencadenante de diferentes problemas, puede proveer ciertos factores de riesgo que afectan la conducta de sus integrantes individual o grupalmente generando conductas inapropiadas como lo es el consumo de alcohol. Los conflictos son un motivo de malestar dentro de la familia, los mismos son desacuerdos y/o enfrentamientos entre dos o más personas y forman parte de la vida cotidiana y no necesariamente tienen que ser considerados malos en todos los casos, sino que lo determinante es si se resuelven, la forma en la que se resuelven y los aprendizajes que se produzcan de dichos conflictos. Si los mismos no logran resolverse de manera positiva y pacífica, dará como resultado relaciones familiares tensas y hostiles que imposibilitarán un espacio óptimo para la comunicación, para el intercambio de opiniones, sentimientos y necesidades impidiendo la escucha activa, la empatía, la comprensión, el respeto, la confianza, la seguridad y la toma de decisiones en conjunto. La falta de resolución de los conflictos, puede generar potencialmente situaciones violentas dentro del grupo familiar en casos extremos. Una familia disfuncional en donde carezcan lazos afectivos entre sus miembros, en donde exista violencia de cualquier tipo genera en el adolescente sentimientos de depresión, soledad y una baja autoestima intensificando aún más la vulnerabilidad de este sujeto y el riesgo a que el mismo adopte con más facilidad conductas que puedan llegar a ser perjudiciales y amenazadoras para su propia salud. La violencia es uno de los principales problemas familiares que afectan la salud y el bienestar de la familia en general. “La violencia es el uso intencional de la fuerza física, amenazas contra uno mismo, otra persona, un grupo o una comunidad que tiene como consecuencia un traumatismo, daños psicológicos, problemas de desarrollos o la muerte” (OMS, Temas de salud - Violencia, 2012), aplicado al ámbito familiar se la define como la fuerza que se ejerce dentro del terreno de la convivencia ejercida por parte de uno o más integrantes del grupo familiar, contra otro, otros o todos los demás integrantes.

Un aspecto muy importante a considerar es que la violencia dentro de la familia puede presentarse de diversas formas, muchas veces imperceptibles ante los ojos de algunas personas pero que sin embargo genera daños en la víctima tanto interna como externamente. Un tipo de violencia es la violencia física la cual se manifiesta a través de agresiones o golpes de una persona a otra generando lesiones a nivel

físico como heridas, moretones o sangrados y que incluso pueden requerir de atención médica en casos extremos.

La violencia psicológica es otro tipo de violencia que puede presentarse dentro del ámbito familiar que se manifiesta a través de la agresión en donde no existe el contacto físico, sino que se da mediante comportamientos o amenazas que generan daños psicológicos y perjuicios en otra u otras personas como por ejemplo obligar a callarse cuando se está dando una opinión, insultar, denigrar a una persona en frente de otras, recibir amenazas, sentir miedo ante el comportamiento de otra persona, entre otros ejemplos que pueden darse en la cotidianidad de la rutina familiar.

Otro tipo de forma que puede adquirir la violencia es la violencia social, que hace referencia a cualquier tipo de violencia que tenga impacto relacionado a la vida social. Dentro del ámbito familiar, claros ejemplos de ello son molestarse cuando alguien de la familia se arregla o sale de la casa, impedirle comunicarse y hablar con personas del entorno.

La violencia patrimonial es otro tipo de forma que puede adoptar la violencia dentro del grupo familiar y consiste en controlar y amenazar a la otra persona a través del control y/o prohibición del acceso a recursos económicos o patrimoniales de la familia, por ejemplo, impedirle o limitarle dinero a un hijo para los gastos escolares o impedirle el ingreso a la casa a un propio integrante de la familia.

Por último, en lo que respecta a los diferentes tipos de violencia que pueden presentarse dentro del ámbito familiar puede incluirse también la violencia de género en donde se incluye cualquier agresión basada en una situación de desigualdad entre sexos mediante relaciones de dominación del hombre sobre la mujer que tenga como consecuencia cualquier daño ya sea físico, sexual o psicológico como por ejemplo ignorar la opinión del otro, no colaborar en las actividades diarias del hogar dejando que siempre las realice la misma persona o impedir el acceso a un trabajo remunerado fuera del hogar.

Ante la presencia de constantes problemas dentro de la familia y conflictos con sus integrantes, el adolescente tiende a ir en búsqueda de afecto en otros ámbitos como lo es el grupo de pares que pueden pertenecer al barrio, clubes, pero sobre todo a los colegios a los que asisten. El colegio es uno de los entornos en donde el adolescente convive e interactúa con sus pares diariamente, año tras año y crea sus principales grupos de amigos generando lazos afectivos duraderos. El mismo es la segunda fuente de educación luego de la familia, ya que se transmiten conocimientos y valores que se interiorizan tanto desde la propia institución como de los compañeros con los que se comparte el espacio de estudio. Cuando el sujeto entra en primer contacto con el colegio y sus compañeros se seleccionan y

se clasifican entre sí, se buscan y se rechazan, se integran y se excluyen; momento en el que ponen en juego prácticas y representaciones sobre “el otro” en este caso sus pares y sobre sí mismos, en donde la familia previamente ha influido y participado de este sistema de representación. “Cuando el sujeto selecciona y forma su grupo de compañeros, lo hace eligiendo entre varias alternativas. Esto lo hace en base a su sentido de pertenencia, a una cultura previamente impuesta e internalizada” (Maldonado, 2000)

Según Bourdieu, un gran representante de la sociología contemporánea, a través de la formación de habitus los sujetos han sido impuestos e imponen un modo de seleccionar, de clasificar y de experimentar la realidad. Y es en esta estructuración de la vida donde los saberes inscriptos en su cuerpo se vuelven acto, y donde las diversidades sociales y culturales se vuelven desigualdad, pues parecen responder a una lógica “natural”. Pero como aclara también Bourdieu “El habitus no es el destino que, algunas veces se ha creído ver en él. Siendo producto de la historia, es un sistema abierto de disposiciones, enfrentado de continuo a experiencias nuevas y, en consecuencia, afectado sin cesar por ellas. Es menester concebirlo como una especie de resorte en espera de ser soltado y, según los estímulos y la estructura del campo, el mismo habitus puede generar prácticas diferentes e incluso opuestas.” (Maldonado, 2000)

En este caso, es un colegio secundario el espacio social escogido para abordar esta problemática del consumo de alcohol, un espacio en donde interactúan muchas personas con experiencias de vida diferentes, y que mantienen diversas y heterogéneas conductas, creencias, valores, aspiraciones y por lo tanto personalidades, que deben convivir diariamente de manera inevitable. La institución escogida es un colegio secundario público ubicado en la zona sur de la ciudad de Rosario que cuenta con una estructura edilicia de 6 pisos puestos a disposición del cursado de las diferentes clases. Se cuenta con 10 cursos en total organizados en dos divisiones para los cursos de 1er y 2do año, y a partir de 3er año se divide por orientaciones: Ciencias sociales, Ciencias naturales y Economía. El sector de economía cuenta con tres cursos, el área de ciencias sociales cuenta con dos cursos y el área de ciencias naturales cuenta con un curso que funciona por la tarde.

Como se mencionó en párrafos anteriores, el adolescente es un individuo que busca constantemente la aceptación y el reconocimiento social y una de las principales formas de alcanzar este fin es a través del uso de redes sociales siendo una de las principales formas de interacción y comunicación entre personas. Las redes sociales son sitios de internet conformado por individuos, organizaciones y

entidades con diversos intereses y que permite el contacto y la comunicación entre ellos favoreciendo la creación de comunidades o grupos virtuales según los intereses de los usuarios en donde se pueden compartir publicidades, fotografías, videos e información en general.

Los jóvenes consumen una gran cantidad de contenido mediático proveniente de las redes sociales. A través de ellas, los mismos comparten comportamientos y determinados modelos de conducta que tienden a ser imitados por sus pares, transmiten culturas que establecen modas, gustos, preferencias y tendencias. Además, se ha destacado un gran avance en lo que respecta al comercio electrónico en donde predominan las publicidades de múltiples empresas; quienes ante la gran expansión y aceptación social que tienen las redes aprovechan para facilitar la venta de diferentes productos vía internet. Las redes sociales se han desarrollado rápidamente en los últimos años y han ganado un gran protagonismo en el día a día de las personas, principalmente en los adolescentes. La aparición de las mismas trajo muchos beneficios en relación a la facilidad y accesibilidad de comunicación entre los usuarios, sin embargo, también puede representar un factor de riesgo para la conducta de los adolescentes. Estos riesgos no derivan de manera directa de la simple existencia de las redes sociales, sino que deriva del uso que hacen los jóvenes en relación a estas, ya que el uso excesivo y constante puede generar problemas de varias índoles. Esta situación deberá ser evaluada a partir del conocimiento de todas sus dimensiones y partes constitutivas como la accesibilidad que se tenga a las mismas, la frecuencia con la que se utilizan por día o por semana, el tiempo que se les dedica, es decir la cantidad de horas que pasan los adolescentes utilizando las redes sociales y la actitud que tengan los mismos ante el uso de dichas redes, considerando situaciones como por ejemplo si apenas se despiertan ya se encuentran conectados a las redes sociales, si se ponen ansiosos y de mal humor cuando no pueden acceder a las mismas, si pierden el sentido del tiempo cuando se encuentran conectados, si descuidan a amigos, a la familia o a los estudios por pasar tiempo en las redes, etc.

El crecimiento masivo de las redes sociales, del contenido mediático y su uso excesivo por parte de los jóvenes, intensifica el grado de incitación y persuasión generando una gran influencia en los patrones de comportamiento de los mismos transformándose en un potencial factor de riesgo para adquirir conductas relacionadas al consumo de alcohol u otras sustancias.

La persuasión se define como “una actividad o proceso en el que un comunicador intenta inducir un cambio en las creencias, actitudes y/o conductas de otra persona o grupo de personas a través de la

transmisión de un mensaje y en un contexto en el que el receptor (o receptores) del mismo tiene la posibilidad de aceptar o rechazar la recomendación que se le propone”. (Perloff, 1993)

De esta definición se extraen tres rasgos fundamentales de la persuasión, y que diferencian a ésta de otros procesos de influencia social: la posibilidad de rechazar la recomendación, la existencia de una clara intención de influir y la aceptación de la opción que se da no solo a nivel público como en otros procesos, si no que el individuo también acepta la opción que se plantea de forma privada. (Ruiz Martínez & Carrero Bosch , 2015)

Para poder analizar la forma en la que se da la persuasión, es pertinente estudiar y conocer las teorías que explican este fenómeno relacionado al impacto que genera el contenido mediático de las redes sociales en las actitudes de sus receptores y analizar, además, las variables y factores que influyen en este proceso persuasivo.

En primer lugar, se destaca la corriente experimental de Hovland. Carl I, quien desde la Universidad de Yale llevo a cabo el primer estudio sistemático de la persuasión desarrollando de esta manera su “Teoría del Aprendizaje” para poder así, comprender como funciona realmente la persuasión y como lograr incrementarla. Hovland propone que un mensaje persuasivo será eficaz siempre y cuando los argumentos que se proponen inciten a un cambio en las creencias del receptor. Además, considera que el cambio de actitudes es un proceso de aprendizaje, es decir, que dicho cambio será posible siempre y cuando los individuos entiendan que al adoptar la nueva actitud que se les propone, van a recibir un refuerzo positivo; hace falta un incentivo que motive ese cambio. En este caso los adolescentes tienden a imitar los comportamientos aceptados socialmente por su grupo de pares para alcanzar el fin de ser reconocidos y aceptados por ellos.

En el presente modelo se identifican tres etapas claves en la persuasión: en primer lugar, “la atención o notoriedad”, es decir que llamar la atención es el primer reto que tiene la comunicación, ya que siempre se busca generar notoriedad. Dentro de este punto hay que tener en cuenta dos conceptos importantes, por un lado, la atención selectiva, que es el mecanismo por el cual los individuos sólo se exponen a aquellos estímulos que consideran útiles o conectan con sus metas. También son efectivos los mensajes complejos, ya que el ser humano se siente atraído por aquello que no entiende. Por ello, lanzar un mensaje diferente y de una forma diferente a la competencia en el caso de las empresas y marcas comerciales ayuda a llamar la atención del receptor. En este punto es también importante el mecanismo de defensa selectiva, a través del cual un individuo no percibe aquello que se opone a sus

creencias o valores para evitar que se genere una disonancia cognitiva, definida como un estado de estrés o malestar en el que entra el individuo cuando dos creencias, ideas o valores entran en conflicto. Aquí influyen determinantemente las creencias y valores inculcados por la familia desde la niñez.

En segundo lugar, se encuentra “la comprensión”; en donde los receptores deben entender los argumentos que se presentan en el mensaje. En la comprensión del mensaje por parte de los receptores influyen aspectos como la velocidad de presentación, la codificación del mensaje, el grado de dificultad con el que se presentan los argumentos, así como el número de argumentos que se incluyen en el mensaje. Por último, es muy importante para que un mensaje se entienda y sea efectivo considerar la tasa de redundancia, es decir, la tasa de elementos ya conocidos; por ejemplo, una marca comercial tiene que usar siempre los mismos elementos para facilitar la comprensión y la asociación con la marca.

En último lugar llega la aceptación del mensaje. Esta última etapa está muy relacionada con la fuente, el emisor específico del mensaje el cual influye en la aceptación de dos formas: primero por su credibilidad, que depende de la experiencia, confianza e imparcialidad que se le otorgue a la fuente; en este caso la aceptación se produce por internalización. También puede influir por su atractivo, que depende del prestigio, similitud y atractivo físico, en donde la aceptación se produce por identificación, existe una relación entre el receptor y la fuente. (Ruiz Martínez & Carrero Bosch, 2015)

Continuando con las teorías que intentan comprender el proceso persuasivo que genera el contenido de las redes sociales en el pensamiento y/o comportamiento de los jóvenes adolescentes se puede mencionar también al “Modelo heurístico-sistemático de Chaiken”. Este modelo expresa que cuando una persona se expone a un mensaje hay dos formas diferentes de procesarlo: en un primer lugar se puede dar el “procesamiento sistemático”, que es aquel que requiere un mayor esfuerzo por parte del sujeto, ya que el mismo se detiene a examinar y considerar todos los elementos y argumentos disponibles en el mensaje y, después de este análisis, toma una decisión. En segundo lugar, se puede presentar también el “procesamiento heurístico”, que se produce de forma prácticamente automática por parte del sujeto, que no se embarca en un análisis minucioso del mensaje, sino que recurre a la heurística cognitiva, que propone unas reglas o “atajos mentales” (heurísticos) para facilitar la toma de decisiones.

Es importante reconocer que existen situaciones en las que es más probable que el sujeto recurra al procesamiento sistemático si se dan dos condiciones fundamentales: en primer lugar, el tema debe

generar una gran motivación en el sujeto y, en segundo lugar, el sujeto debe tener la capacidad suficiente para evaluar todos los aspectos positivos y negativos que se extraen del mensaje. Esto se debe a que la gente tiene un “umbral de suficiencia”, por el que emplean el procesamiento heurístico siempre que éste sea suficiente para confiar en adoptar la nueva actitud que nos proponen. Cuando esta confianza no es suficiente, se pasa al razonamiento sistemático. Motivos como la falta de información para tomar una decisión muy estudiada o el exceso de la misma y, por tanto, el imposible manejo de toda ella, también son factores que llevan a la utilización del procesamiento heurístico en vez del sistemático.

Chaiken hace referencia también de las distintas consecuencias que tienen en el cambio de actitudes ambos tipos de procesamientos. En un procesamiento sistemático se puede esperar un cambio de actitud duradero en el tiempo, mientras que de un procesamiento heurístico sólo se puede esperar un cambio temporal debido a un acuerdo con aquello que ejerce la influencia. Este modelo podría explicar el hecho de que la probabilidad de que se consiga un cambio de actitud duradero a través del mensaje, será menos cuando éste provenga de una fuente muy creíble que de otra menos creíble ya que si proviene de una fuente creíble, el sujeto no estudiará la decisión, sino que la tomara automáticamente por el grado de credibilidad y confianza que le tiene a la fuente, a diferencia si se tratara de una fuente no creíble, en donde el sujeto realizara un estudio y análisis del mensaje realizando un razonamiento sistemático y tomando decisiones que perduraran más en el tiempo según esta teoría. (Ruiz Martínez & Carrero Bosch , 2015)

Por otra parte, la “Teoría de la respuesta cognitiva” es una teoría propuesta por Greenwald en 1968, quien propone que, para entender los procesos de cambio de actitud, hay que tener en cuenta los sentimientos que emergen del receptor cuando es expuesto al mensaje. Cuando el receptor recibe un mensaje persuasivo, compara lo que dice el mensaje con conocimientos, experiencias y actitudes previas relacionadas con el tema y que ya tenía almacenadas en la memoria, generando así lo que se conoce como respuestas cognitivas sobre el mensaje.

Hay dos factores que influyen en el cambio de actitudes; en primer lugar, el número de pensamientos del sujeto cuando se le presenta el mensaje, es decir, la cantidad de procesamiento consciente que surge del sujeto ante el mensaje. En segundo lugar, la naturaleza evaluativa de las respuestas cognitivas, es decir, si son positivas o negativas; considerando que, en el primer caso, será más posible conseguir un cambio de actitud por parte del sujeto; mientras que, si estas respuestas cognitivas son

de naturaleza negativa, el cambio actitudinal será menos probable. En este sentido, como dicen autores como Petty, Ostrom y Brock, los receptores ya no son persuadidos por el mensaje o la fuente en sí, si no por sus propios pensamientos sobre lo que dice la fuente y el mensaje. (Petty, Ostrom, & Brock, *Cognitive Responses in Persuasion*, 1982)

Lo esencial en este modelo es entender qué factores influyen en la cantidad de argumentos que genera el sujeto y de qué manera lo hacen, a favor o en contra del cambio de actitud que propone el mensaje. Esta cantidad de argumentos depende de elementos como la distracción o la implicación personal del receptor con el tema. Por lo tanto, es importante mencionar que en esta teoría se resalta que es mucho más importante recordar las respuestas cognitivas que hace el sujeto sobre el mensaje que lo que dice el mensaje persuasivo en sí, a la hora de explicar el impacto persuasivo. (Ruiz Martínez & Carrero Bosch, 2015)

Por otro lado, otro de los modelos que intenta comprender y explicar este fenómeno persuasivo es el “Modelo de la probabilidad de elaboración” elaborado por Petty y Cacioppo el cual se centra en analizar los procesos responsables del cambio de actitud cuando se recibe un mensaje persuasivo y también la fuerza de las actitudes que se derivan de estos procesos. La importancia de este modelo radica en que permite integrar aspectos de los modelos explicados anteriormente y constituye, junto con el modelo heurístico de Chaiken, una de las referencias más importantes para comprender el proceso de persuasión. (Petty & Cacioppo , 1984)

Hay dos conceptos esenciales para poder entender este modelo, en primer lugar, está lo que los autores entienden por “argumento”, que lo definen como una información sobre un aspecto favorable dentro de la posición que es defendida en el mensaje persuasivo. Por otro lado, están las “claves periféricas”, que son rasgos presentes en el contexto del mensaje que pueden llegar a provocar un cambio actitudinal en el receptor sin necesidad de que éste evalúe el mensaje de forma exhaustiva.

Partiendo de estos dos conceptos, Petty y Cacioppo extraen que existen dos estrategias que podemos seguir al recibir un mensaje persuasivo y decidir si adoptar la nueva actitud que éste nos propone o no. En primer lugar, está la ruta central, que es la que seguimos cuando realizamos un análisis profundo del mensaje y, las conclusiones obtenidas se ponen en relación con los conocimientos previos que ya se tenían sobre el tema; por tanto, siguiendo la ruta central, se llega a una actitud razonada y basada en la información recibida. En segundo lugar, podemos seguir una ruta periférica al recibir un mensaje; esto ocurre sobre todo cuando el sujeto que recibe el mensaje carece de la

capacidad o motivación de analizar cuidadosamente el mismo. Este procesamiento periférico describe un cambio de actitud que ocurre cuando las actitudes se ven más influenciadas por elementos externos que por el propio mensaje, este camino coincidiría con el procesamiento heurístico propuesto por Chaiken.

Petty y Cacioppo también proponen que los cambios de actitud derivados de procesar un mensaje a través de la ruta central, son más duraderos y más resistentes a la persuasión contraria. También piensan que la ruta central y la periférica son los extremos de un continuo que denominan “probabilidad de elaboración”; entendiendo por elaboración un proceso en el que el receptor se implica en pensamientos importantes en torno al tema del mensaje. Cuando la probabilidad de elaboración es muy elevada, el receptor utiliza la ruta central mientras que cuando es más baja, utiliza la ruta periférica. Petty y Cacioppo señalan además, a la capacidad y la motivación como los factores determinantes de la probabilidad de elaboración. Dentro de las variables que afecten a la motivación, se han estudiado algunas como la implicación del receptor, que el mensaje provenga de diferentes fuentes que utilicen argumentos variados, entre otras. Dentro de la motivación, cabe señalar la importancia de la necesidad de cognición que tiene cada sujeto, es decir, las personas que disfrutan pensando (alta necesidad de cognición), tienden a utilizar la ruta central más que la periférica. Dentro de la capacidad, las variables que influyen son algunas como la distracción y el conocimiento previo, la repetición del mensaje y su rapidez.

En conclusión, Petty y Cacioppo proponen que, en los casos que el sujeto tiene una baja implicación con el tema del que trata el mensaje, lo que provocará un mayor cambio de actitud será la credibilidad de la fuente, ya que seguirán la ruta periférica (extremo de baja probabilidad de elaboración). Por el contrario, cuando el tema del mensaje provoque un gran interés o motivación en el receptor (alta implicación), el poder de persuasión será mayor cuanto mayor sea la calidad de los argumentos que presenta ese mensaje, ya que el sujeto lo procesará a través de la ruta central, realizando un análisis exhaustivo del mensaje (extremo de alta probabilidad de elaboración). (Ruiz Martínez & Carrero Bosch, 2015)

Una vez analizadas las teorías y modelos que intentan comprender el proceso persuasivo que generan las redes sociales en relación a la conducta de los usuarios, es pertinente conocer también los principales factores que influyen en dicho proceso de persuasión y su eficacia. Estos factores se pueden agrupar dependiendo de si están relacionados con la fuente, con el mensaje o con el receptor;

los mismos son independientes entre sí, lo que implica que el creador del mensaje de comunicación los puede manipular para aumentar el poder de persuasión del mismo.

Por un lado, la fuente, es decir el emisor del mensaje es uno de los principales factores influyentes en este proceso. Es importante saber que no todas las personas tienen la misma capacidad para influir sobre los demás, sino que existen determinadas características que favorecen esta influencia y hacen que sea mayor, como la credibilidad y el atractivo, tal como se lo ha mencionado en los párrafos anteriores en la teoría de Hovland. Cuando una fuente tiene mayor credibilidad, mayor será su capacidad de generar un cambio de actitud en el receptor del mensaje. Al mismo tiempo, la credibilidad depende de dos factores principales: la competencia y la sinceridad. La competencia hace referencia a si el receptor entiende que el emisor tiene el conocimiento necesario para proporcionar información adecuada, esto se juzga a partir de algunas características como la educación, ocupación y la experiencia o la fluidez en la transmisión del mensaje. Además, un aumento de la credibilidad de la fuente, no siempre supone un aumento de su influencia, si no que depende del grado de implicación que el receptor tenga en el tema, que se explicará más adelante.

En cuanto al atractivo de la fuente, generalmente una fuente más atractiva provoca una mayor influencia en el receptor en la fase de aceptación a través de la identificación, sin mencionar que el atractivo puede también incrementar la credibilidad de la fuente.

Por otra parte, además de la fuente o emisor del mensaje, es el mensaje en sí otro de los factores que influye en la persuasión. La forma en la que se plantea el mensaje y su contenido, también afectan a la efectividad de la comunicación. En primer lugar, hay que diferenciar entre mensajes racionales y emotivos, ya que no tienen el mismo impacto en el receptor. Los mensajes racionales son aquellos que están basados en evidencias que apoyan un argumento; estos se dan en la medida en que se transmiten datos o hechos y se comunican algunas consideraciones de tipo reflexivo o intelectual en relación a una información dada. Los mismos, se caracterizan por estar basados en la expresión de ideas, las cuales están estructuradas por medio de un análisis objetivo y de pensamiento lógico. (Rondón, 2019) A diferencia de los mensajes emocionales o emotivos, los cuales indican las consecuencias ya sean deseables o no deseables que pueden derivarse del mensaje que se transmite y de su aceptación. Este tipo de mensaje utiliza sus argumentos para crear en el receptor diferentes sentimientos, produciendo respuestas instantáneas de agrado, desagrado, aceptación, rechazo, evitación, entre otros. Estos últimos mensajes no apelan a la comprensión, ni invitan a operaciones

lógicas como los mensajes racionales, sino que proceden a la persuasión por un camino mucho más rápido, ya que lo hacen a través del impulso a la adhesión, la conquista de afecto fusional y la fascinación. Estos conducen rápidamente a la persona hacia el objeto, persona o idea atractiva del mensaje, o bien le llevan a evitar. (Villegas Balestrini, 2012). Uno u otro mensaje será más eficaz dependiendo de en qué se base la actitud que se desea cambiar, si en aspectos cognitivos o afectivos. El ajuste entre la base de la actitud y el tipo de mensaje es lo mejor: las actitudes basadas en el afecto se cambian a partir de mensajes emocionales, y las actitudes basadas en cogniciones se cambian a través de mensajes racionales. (Ruiz Martínez & Carrero Bosch, 2015)

Por último, el receptor es el tercer factor que participa e influye en la persuasión generada por un mensaje. Para conocer este factor es necesario explicar el modelo de (Mc. Guire, 1968), el grado de implicación del receptor en el proceso de persuasión y, por último, las consecuencias de la discrepancia entre el contenido del mensaje y la posición previa del receptor. McGuire utiliza un modelo para estudiar esta cuestión y resolver si unas personas son más fáciles de persuadir que otras al ser expuestas a mensajes y fuentes idénticos. El mismo, sostiene que el cambio de actitud viene dado fundamentalmente por dos procesos: en primer lugar, la recepción del mensaje (que incluye atención, comprensión y retención) y, en segundo lugar, la aceptación. Lo que estudió McGuire fue que algunas características del receptor, podrían tener efectos contrarios en estos procesos.

Luego de haber analizado las diferentes teorías que sustentan este fenómeno persuasivo de las redes sociales y los factores influyentes en este proceso, se puede mencionar que los adolescentes, quienes representan la población de mayor uso y acceso a las redes sociales, se encuentran expuestos a ocupar un lugar de receptores continuos ante diversos mensajes presentes en las redes, cuya interpretación y aceptación dependerá de múltiples factores asociados a sus intenciones y valores internalizados previamente y presentes en la adolescencia que determinaran la posibilidad de generar o rechazar cambios en sus pensamientos y conductas de acuerdo al contenido expuesto en las redes sociales. Por esto mismo, la presencia de publicidades realizadas por parte de empresas y marcas comerciales o publicaciones de contactos y amigos en relación al consumo de alcohol pueden representar un importante factor de riesgo para el adolescente en la adopción de conductas vinculadas al consumo de bebidas alcohólicas.

Un aspecto a considerar también en relación a este fenómeno, va encaminado hacia la presencia de esta problemática en personas de acuerdo al sexo y cómo es percibido por la sociedad dicha situación

en ambos casos. Con esto se hace referencia a que el vínculo con el alcohol tiene un significado social diferente ante hombres y ante mujeres.

Desde el momento en que nacemos entramos en contacto con nuestro entorno social, factor que influye en muchas de las decisiones que se toman a lo largo de la vida. Si bien la sociedad impone determinadas reglas o normas que son de utilidad para una convivencia en paz incluyendo valores y costumbres, también impone determinadas pautas de comportamiento que son socialmente consideradas correctas y así deben respetarse para ser aceptado y muchas veces los estilos de vida deben adecuarse y adaptarse a esa mirada de la sociedad construida a lo largo de la historia. Históricamente el rol del hombre estuvo vinculado al trabajo extradoméstico, a la autoridad del hogar y el que toma las decisiones, mientras que la mujer siempre fue vinculada al hogar y a la crianza de los hijos. Hace décadas atrás, e incluso persiste este estigma en algunas ocasiones actualmente, el consumo de alcohol no tiene el mismo significado para hombres y mujeres, ni es valorado del mismo modo por los demás. Mientras que entre los hombres el consumo de drogas es percibido como una conducta natural, social y culturalmente aceptada, entre las mujeres supone un reto a los valores sociales dominantes. (Sánchez Pardo, 2019)

Los hombres son influenciados por presiones sociales, laborales y el sentimiento de masculinidad; mientras, las mujeres lo son por dificultades de conciliación familiar lo que provoca en ellas una presión añadida a la presión social y laboral. (Fernández & Corral, 2018)

Hace décadas atrás el consumo de alcohol era una conducta considerada exclusivamente masculina, sin embargo, a lo largo de los años la población femenina ha estado en constante búsqueda por la igualdad, lo que logro la inserción de las mismas en ámbitos en donde nunca antes podrían haberse visto implicadas, pero también las mismas comenzaron a adoptar conductas consideradas

“masculinas” como lo es el consumo de alcohol. Estos comportamientos predominan sobre todo en la población adolescente la cual nació en un nuevo siglo y recibió una educación igualitaria, con un modelo de roles muy diferente al que se transmitía hace décadas atrás en donde el consumo de alcohol era considerado de forma totalmente opuesta para hombres y para mujeres.

A pesar de la mencionada presión social y familiar que experimentaron históricamente las mujeres en relación al consumo de alcohol, no es un hecho que impida que se presente este fenómeno en ellas, sino que favorece el consumo de alcohol en ocasiones solitarias o en clandestinidad sin presencia de ninguna otra persona e impidiendo la detección precoz de abuso y uso problemático de esta sustancia. Las mujeres, en contraste con los hombres soportan un mayor grado de rechazo por parte de la

sociedad en general ante este fenómeno, lo que representa para las mismas uno de los principales motivos para ocultar su problema, para no referirse al mismo, para no solicitar ayuda de profesionales o de familiares. Esta estigmatización en relación a las mujeres consumidoras de alcohol impide que se les brinde una atención necesaria e integral imposibilitando percibir a tiempo las posibles consecuencias que derivan del consumo de alcohol.

Por este motivo se considera fundamental que dentro de los programas de prevención y atención, enfermería conozca la realidad de este fenómeno en ambos sexos, para poder de esta manera lograr mayor educación, prevención y un tratamiento óptimo excluyendo todas las desigualdades de género a la hora de permitir la accesibilidad a estos servicios, logrando mantener un grado de confianza y seguridad en el paciente de manera tal que el mismo se sienta protegido y acepte recibir ayuda por parte de los profesionales sanitarios logrando atravesar y superar su problema.

Es fundamental una atención de enfermería basada en un modelo óptimo para el alcance de los objetivos propuestos, como lo es el modelo de enfermería propuesto por Hildegard Peplau, quien se basa en los cuidados de la enfermería psicodinámica, siendo necesario primero comprender nuestras propias conductas, para luego poder ayudar a las demás personas, siempre aplicando los principios de las relaciones humanas.

A partir de dicho modelo, el personal de enfermería, no solo como agente asistencial, sino también humanitario debe poder entablar una relación con los pacientes de manera de poder ayudarlos. Esta relación debe brindar protección y seguridad a los mismos, motivándolos a llegar a un progreso en relación a su problemática; debe ser una relación terapéutica que atraviese todas las etapas necesarias para poder llegar a lo que se desea, pasando por un momento de “Orientación” que comienza cuando enfermería detecta una necesidad insatisfecha en el paciente y lo ayuda a reconocer tanto su problema como el tipo de ayuda que necesita, una etapa de “Identificación” en donde enfermería permite una exploración y una reorientación de los sentimientos de ayuda de los pacientes, para que los mismos puedan desarrollar su personalidad al máximo generando pequeños cambios positivos, una fase de “Explotación” en donde los pacientes intentan obtener toda la ayuda que se les ofrece y finalmente una etapa de “Resolución” en donde los antiguos objetivos previamente planteados son desplazados progresivamente por otros nuevos y el paciente comienza a tener mayor autonomía.

El personal de enfermería debe ir adquiriendo diferentes roles a lo largo del desarrollo de esta relación establecida entre ambas partes que van a depender del grado de ayuda que necesite el paciente y del

grado de superación de su problemática, finalizando por lograr que el mismo recuerde y comprenda plenamente esta situación problemática, pero no de manera que la disocie y la elimine completamente de su vida, sino que pueda integrar esta experiencia en su historia de vida, superarla y aprender de ella. Justamente esto es uno de los principales objetivos de enfermería, quien Peplau define como “Un instrumento educativo, una fuerza de maduración que apunta a promover la personalidad, el movimiento de avance hacia una vida creativa, constructiva, productiva, personal y comunitaria. Es un importante proceso interpersonal y terapéutico”.

Siempre se debe considerar a la salud como un derecho de todos, no solo brindando servicios de atención basados en técnicas y/o procedimientos, sino también incluyendo servicios de prevención y promoción con miras a alcanzar el máximo nivel de bienestar. La salud de los jóvenes adolescentes representa un elemento clave para el progreso social, económico y político de las futuras generaciones.

En fin, se pretende trabajar en torno a esta problemática por la gran significancia que tienen los problemas relacionados al consumo de alcohol en los jóvenes adolescentes quienes conforman una gran parte de la población total mundial y quienes se encuentran atravesando una etapa vital crítica y decisiva en cuanto a la adquisición de estilos de vida; en donde es fundamental que los mismos cuenten con un estado de salud óptimo de manera tal que puedan transitar esta etapa con la mayor sanidad y armonía posible contando con todas las herramientas y facultades necesarias para la planificación de sus acciones, decisiones y proyectos de vida que definirían su vida adulta. Sin embargo, lo particular de este sector, es que tienden a ser la población que menos contacto voluntario tiene con los servicios de salud, lo que impide la detección temprana de posibles problemas de salud o el tratamiento efectivo a determinadas patologías. Es aquí en donde reside la necesidad y la importancia de investigar el tema, ya que en lo que respecta al personal de enfermería, se considera fundamental contar con información actualizada para poder detectar a tiempo problemáticas ya instaladas o identificar situaciones potencialmente problemáticas y lograr acortar esta brecha que históricamente ha existido entre la población adolescente y el sector salud.

Material y Métodos

Tipo de estudio o Diseño

Se realizará un estudio con abordaje cuantitativo, de tipo descriptivo, prospectivo, de corte transversal.

Se trata por un lado de un estudio prospectivo de acuerdo al momento de ocurrencia de los hechos que se desean investigar ya que se investigara hacia el futuro en relación al tiempo.

Por otro lado, es un estudio descriptivo ya que intenta principalmente determinar cómo es la situación de las variables en estudio dentro de una población específica, determinar la presencia o ausencia de ellas, la frecuencia con la que se presentan y en quienes, es decir, que intenta describir lo que está pasando en un lugar y tiempo determinado, pudiendo sugerir la presencia de asociación entre las variables en estudio. La investigación realizará durante los meses de marzo a mayo del año 2020. De acuerdo a la cantidad de mediciones que se van a realizar, se refiere a un estudio transversal, ya que las variables son medidas simultáneamente en un tiempo determinado y se realiza una sola aplicación del instrumento de recolección de datos. Es importante destacar que, dentro de un trabajo transversal, el tiempo no es relevante para el fenómeno que se mide.

Sitio o contexto de la investigación

En relación al contexto, se llevó a cabo una guía de convalidación para precisar cuáles serán los límites y las características que debe reunir el mismo para poder estudiar el problema sin que existan circunstancias o elementos que generen confusión o que puedan llegar a influir en la factibilidad. Esto permitirá asegurar que el contexto sobre el que se trabajara es el más apropiado. Dicha guía y sus resultados se encuentran en Anexos (ANEXO N° I y N° III)

En función de dicho estudio, se seleccionó un colegio secundario público ubicado en la zona sur de la ciudad de Rosario. Dicho lugar fue seleccionado en función de la población necesaria para el estudio ya que la institución educativa cuenta con la asistencia de adolescentes de entre 13 a 18 años de edad que cursan en los diferentes años escolares extendiéndose desde primero hasta quinto año respectivamente. Es importante considerar que asisten estudiantes de ambos sexos lo que permite el estudio de la problemática diferenciada por sexos. Además, se dictan clases tanto en el turno mañana como tarde.

Dentro de la misma, no se han trabajado hasta el momento, temáticas vinculadas a la violencia intrafamiliar y al uso de redes sociales, por lo que permite asegurar que los mismos no han recibido ninguna información previa, al menos del colegio que podría interferir en la realización del estudio.

Por ultimo un aspecto muy importante es que en dicho sitio tiene acceso a los padres de los alumnos lo que facilitara la obtención del consentimiento informado para poder acceder al trabajo con los adolescentes.

Población y Muestra

Con respecto a la población de estudio, las unidades de análisis la conformaran cada uno de los adolescentes que tienen entre 13 a 18 años de edad y que asisten al colegio público de la ciudad de Rosario seleccionado. En este caso, la población total de adolescentes que asisten a la institución educativa es de 500 alumnos aproximadamente, por lo que se considera necesario tomar una muestra representativa de dicha población. La muestra estará constituida por el 60% de la población total, es decir 300 estudiantes. Para ello, se realizará un muestreo probabilístico al azar simple mediante la utilización de un bolillero, en el que se utilizará el número de legajo correspondiente a cada alumno para realizar la selección.

Esta técnica de muestreo se realizará por cursos con el objetivo de tomar una muestra en donde la cantidad de adolescentes de diferentes rangos de edades sean equiparables ya que, si se realiza una selección al azar con todos los estudiantes de la institución en un solo bolillero, podría existir la posibilidad de contar con una gran diferencia entre la cantidad de adolescentes de una edad con otras.

Técnicas e Instrumentos para la recolección de datos

Para la elaboración de los instrumentos de recolección de datos se parte de la siguiente operacionalización de variables:

Variables	Dimensiones	Indicadores
Violencia intrafamiliar	Violencia física	<ul style="list-style-type: none"> • Sufre golpes por parte de algún integrante de la familia. • Necesito atención medica ante maltratos fisicos
	Violencia psicológica	<ul style="list-style-type: none"> • Le ordenan callarse cuando brinda una opinión • Lo insultan ante otras personas • Siente temor cuando uno de los miembros de su familia llega a su casa
	Violencia Social	<ul style="list-style-type: none"> • Algún miembro de la familia se molesta cuando usted se arregla, sale o se viste diferente • Se le impide hablar con otras personas
	Violencia patrimonial	<ul style="list-style-type: none"> • Se le ha impedido el ingreso a su hogar • Se le impide o limita el dinero para sus gastos necesarios
	Violencia de genero	<ul style="list-style-type: none"> • Al momento de tomar decisiones uno de sus padres ignora la opinión del otro • Alguno de los miembros de su familia nunca colabora en las labores del hogar

Uso de redes sociales	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Todo el tiempo • Entre 7 a 12 veces por día • Entre 3 a 6 veces por día • 1 o 2 veces por día • 2 o 3 veces por semana • 1 vez por semana
	Tiempo de conexión	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de 1 hora • Entre 1 a 3 horas • Entre 4 a 6 horas • Más de 6 horas
	Accesibilidad a las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • En mi casa • En la escuela
	Autocontrol en el uso de redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales. • Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales. • Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales. • Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo. • Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales. • Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.

		<ul style="list-style-type: none"> • Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales. • Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales. • Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.
Características del consumo de alcohol	Edad de inicio	<ul style="list-style-type: none"> • Aún no he probado • Entre los 13 a los 14 años • Entre los 15 a los 16 años • Entre los 17 a los 18 años
	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Entre 2 a 3 veces por mes • Entre 2 a 3 veces por semana • Todos los días
	Cantidad	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de un litro • Más de un litro • Más de dos litros
	Evento del consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Bebo cuando veo una publicidad de mi bebida favorita • Bebo cuando estoy en una reunión con mis amigos y ellos también beben • Bebo para sacar una foto con mis amigos que luego subirán a las redes • Bebo para pasarla mejor y caerles bien a mis amigos

		<ul style="list-style-type: none"> • Bebo porque mis amigos me lo piden • Bebo para llamar la atención de una persona • Bebo cuando hay problemas en mi casa y quiero olvidarme • Bebo solo, sin ninguna otra persona • Bebo después de tener una pelea o discusión
--	--	--

En el presente trabajo de investigación se estudiarán y medirán las variables correspondientes a “violencia intrafamiliar”, el “uso de redes sociales” y las “características del consumo de alcohol”. Las mismas serán medidas a partir de su operacionalización, en donde se desglosan en dimensiones e indicadores específicos que permiten su medición. En el caso de la variable “violencia intrafamiliar” se desprenden dimensiones como lo son violencia física, violencia psicológica, violencia social, violencia patrimonial y violencia de genero. La variable “uso de redes sociales” por su lado, se desprende en dimensiones como accesibilidad, frecuencia, tiempo de conexión y actitud ante el uso de redes sociales. Mientras que la variable “características del consumo de alcohol” se desglosan en las dimensiones edad de inicio, frecuencia, cantidad, lugar y evento del consumo.

En este caso, al tratarse de variables cualitativas, su medición se llevará a cabo a través de un nivel ordinal. Este nivel de medición establece un orden jerárquico y realiza una distribución de frecuencias absolutas y relativas en categorías.

Se utilizará la técnica de encuesta para la recolección de datos con preguntas cerradas y opciones de respuesta tipo Likert ya que este tipo de respuesta no solo facilitaría la codificación y análisis de los datos, sino que permiten una mayor facilidad de respuesta creando un proceso dinámico; y en este caso, al tratarse de una población de adolescentes en horario de clases, se pretende justamente que no se requiera de demasiado esfuerzo para responder, ni de la necesidad de escribir o expresar pensamientos personales, sino seleccionar únicamente la opción que describa mejor su respuesta.

En lo que respecta a los instrumentos específicos para la medición de las variables, en el caso de la

“violencia intrafamiliar”, se utilizara un instrumento el cual fue validado a través del seguimiento de diferentes y estrictos pasos por docentes y estudiantes de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de Cuenca en las Unidades Judiciales de Violencia de la Ciudad de Cuenca, Ecuador, en el año 2013 (Oyervide, Álvarez, Ochoa Caldas, & Astudillo Ñauta, 2013). La “Escala de Medición de Violencia Interfamiliar VIFJ4”) se diseñó para evaluar los diferentes tipos de violencia (violencia física, violencia psicológica, violencia sexual, violencia social, violencia patrimonial y violencia de género) dentro del núcleo familiar que experimentaban específicamente mujeres que asistían a las Unidades de Violencia, por lo que fue adaptado al contexto y a la población con la que se trabajara en este caso, que son adolescentes de ambos sexos. Cabe destacar también, que se modificó para el presente trabajo la cantidad de preguntas, pero manteniendo las ideas principales, ya que al trabajar con jóvenes adolescentes en horarios de cursado se intenta obtener un instrumento lo más corto y dinámico posible.

Por otro lado, para la medición del “uso de redes sociales”, se utilizará parte de un cuestionario de “Adicción a Redes Sociales (ARS”), el cual fue validado en el año 2014 por estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad de San Martín de Porres de Perú (Escrura Mayaute & Salas Blas, 2014) que evalúa la obsesión por las redes sociales, la falta de control personal en el uso de redes sociales y el uso excesivo de las redes sociales. Sin embargo, dicho instrumento fue modificado en cantidad de dimensiones e indicadores. En el presente trabajo se decide trabajar con la dimensión correspondiente a la falta de control personal en el uso de redes sociales, pero modificando su nombre a autocontrol en el uso de redes sociales y agregando las dimensiones de accesibilidad, frecuencia y tiempo de conexión.

Por último, para lograr medir las “Características en relación al consumo de alcohol”, se elaboró un cuestionario para medir dichas características, como lo son la edad de inicio, frecuencia, la cantidad, y el evento del consumo en donde se incluyen situaciones personales y situaciones que involucran a terceros.

Algunos aspectos a tener en cuenta, es que para lograr una óptima y efectiva aplicación del instrumento evitando posibles interrupciones o situaciones que afecten o repercutan en la situación se deberá planificar el contexto de su aplicación, el momento, el tiempo, el lugar y las condiciones ambientales en la que se llevara a cabo y también se deberán considerar los aspectos éticos que deben tenerse en cuenta al trabajar con sujetos menores de edad ante la ley que se desarrollaran más adelante.

Para poder aplicar el instrumento en los adolescentes que asisten al colegio público seleccionado se pedirá autorización a la autoridad del colegio para poder solicitar una franja horaria de 15 minutos previos al ingreso del cursado de una materia que no coincida con recreos o tiempos libres ya que repercutiría en la voluntad y la atención que los adolescentes pondrán sobre la actividad. Conjuntamente se procederá a solicitar un momento en el que se reúnan todos los padres, madres o tutores de los alumnos secundarios para poder aplicar un consentimiento informado (ANEXO N° VI) obteniendo la autorización de los mismos para poder trabajar con los estudiantes. Durante esta pequeña franja de tiempo ofrecida se informará la actividad a realizar, se procederá a la entrega y firma de los asentimientos informados de los adolescentes (ANEXO N° VII) para asentar su voluntad de participación y se procederá a completar el cuestionario. Lo ideal sería que los participantes completaran el cuestionario dentro del salón de cursado ya que se considera un ambiente propicio para dicha actividad en donde estén ordenados y posicionados, cada alumno en su lugar habitual manteniendo el orden y preservando un ambiente calmo y silencioso libre de ruidos externos y condiciones ambientales desfavorables para lograr que los adolescentes se encuentren cómodos y centren su atención en el llenado del cuestionario.

Se realizó previamente la Prueba Piloto del instrumento (ANEXO N° IV) en una población con características similares a la anteriormente definida dentro de la misma institución educativa, pero con alumnos que asisten a 5to año del turno mañana, lo cual nos asegura que no concurrirán al mismo colegio durante el 2020. De esta manera, se podrá trabajar sobre la población definitiva, sin interferir en los resultados.

Dicha prueba se realizó con el fin de probar la validez de los instrumentos de recolección de datos, la formulación de las preguntas, su comprensión, el ordenamiento de las mismas, la efectividad de las opciones de respuestas para poder determinar, la precisión y la confiabilidad del instrumento a aplicar. De acuerdo a los resultados obtenidos, el instrumento fue modificado en alguno de sus puntos para lograr una mayor facilidad de comprensión y respuesta del mismo. (ANEXO N° V)

Cuidados éticos

Para lograr un trato justo, preservar el anonimato, la confidencialidad de los datos y la intimidad de los sujetos en estudio que en este caso son menores de edad, se procederá a la entrega de un consentimiento informado a los padres, madres o tutores de los estudiantes y de un asentimiento informado a los propios alumnos que participaran en el trabajo.

El consentimiento informado (ANEXO N° VI) permitirá obtener la autorización de los padres o tutores de los menores de edad para la participación de los mismos en la encuesta a realizar. En la misma se detallan todos los aspectos vinculados a la intervención, los objetivos, el anonimato, la confidencialidad, los riesgos, los beneficios, para que los mismos conozcan claramente todos los aspectos acerca de la actividad y así tomar una decisión libre de coerción e intimidación.

El asentimiento informado (ANEXO N° VII), por otro lado, es un documento que permitirá asegurar la voluntad de cooperación de los adolescentes. Cabe destacar que es un documento que no reemplaza al consentimiento informado firmado por los tutores responsables.

Personal a cargo de la recolección de datos

En el presente trabajo, si bien la autora será una de las personas a cargo de la recolección de datos, se contará con la ayuda de un/a colaborador/a para poder realizar dicha tarea de la manera más rápida y dinámica posible en una determinada cantidad de estudiantes interfiriendo lo menos posible en los horarios normales de cursado.

Para que el colaborador logre participar de manera correcta se deberá llevar a cabo el control de validez correspondiente al adiestramiento del colaborador. La capacitación constará de informarle todos los aspectos relacionados al proyecto de investigación, el tema del mismo, los objetivos a alcanzar, la población con la cual se trabajará, el sitio y el contexto en donde se intervendrá y los datos que se necesitan recolectar. Se lo capacitará para que el mismo sepa identificar las posibles amenazas que afecten tanto al sitio y al contexto como a la población de manera tal que el mismo pueda controlar la situación y lograr la recolección de datos de una manera óptima. El mismo deberá conocer además los indicadores y los datos específicos que se desean recolectar, para lo cual se elaboró un instrumento específico que también deberá conocer en profundidad ya que es uno de los encargados de aplicarlo

en la población. De esta manera se logrará la realización de las encuestas de manera dinámica sin demandar demasiado tiempo. Debe, además, realizar esta actividad dentro del salón de cursado habitual tratando de disminuir factores externos que puedan llegar a interferir en la atención de los adolescentes afectando la recolección de datos. Una vez completados los cuestionarios se retirarán y se agradecerá tanto la colaboración de los estudiantes como la del docente que permitió la actividad en el horario del dictado de su clase. Luego el colaborador obtendrá una remuneración económica por su colaboración en el trabajo.

Plan de Análisis

En el trabajo de investigación se estudian las variables correspondientes a violencia intrafamiliar, el uso de redes sociales y características del consumo de alcohol. Al tratarse de variables cualitativas, su medición se llevará a cabo a través de un nivel ordinal. Este nivel de medición establece un orden jerárquico y realiza una distribución de frecuencias absolutas y relativas en categorías.

Por un lado, para medir la variable “Violencia Intrafamiliar” se utilizará un cuestionario que presenta 12 ítems y opciones de respuesta tipo Likert que incluye una puntuación que corresponde a 1(Nunca), 2(A veces) y 3(Siempre). El mínimo puntaje que se puede obtener corresponde a 12 puntos, mientras que 36 es el puntaje máximo obtenible.

De acuerdo al puntaje obtenido en la escala, el índice será el siguiente:

- ≤ 15 Leve (L)
- 16-24 Moderada (M)
- ≥ 25 Severa (S)

Por otro lado, en el caso de la variable “Uso de redes sociales” se realizarán una serie de cuestionamientos con puntajes numéricos en cada una de sus opciones de respuesta con el fin de evaluar dimensiones como el lugar en el que el adolescente usa las redes sociales, si es en la casa se obtendrá 1 punto, si es en el colegio 2 puntos, la frecuencia con la que las utilizan, si las usan una vez por semana se obtendrá 1 punto, entre dos a tres veces por semana 2 puntos, entre una o dos veces por día 3 puntos, entre tres a seis veces por día 4 puntos, entre siete a doce veces por día 5 puntos y todo el tiempo 6 puntos. Se medirá también, la duración del uso de las mismas, es decir la cantidad de horas

que el adolescente pasa conectado/a en las redes sociales, obteniéndose 1 punto para un uso de menos de una hora, 2 puntos para un uso de entre una a tres horas, 3 puntos para un uso de entre cuatro a seis horas y 4 puntos para un uso de más de seis horas. Al mismo tiempo, para medir la dimensión autocontrol en el uso de redes sociales se utiliza también una escala de tipo Likert que incluye como opciones de respuesta: “Nunca”, “A veces” y “Siempre” correspondiendo los valores de 1, 2 y 3 puntos respectivamente. Por lo que el índice quedará establecido de la siguiente manera:

- ≤ 19 Uso leve (UL)
- 19-29 Uso moderado (UM)
- ≥ 30 Uso excesivo (UE)

Por último, en relación a la variable “características del consumo de alcohol” se realizarán preguntas con el fin de evaluar dimensiones como la edad de inicio del consumo de alcohol, con 4 opciones de respuestas en donde se obtendrá 1 punto si aún no lo ha probado, 2 puntos si fue entre los 17 y 18 años, 3 puntos si fue entre los 15 y 16 años y 4 puntos si fue entre los 13 a 14 años. También se evaluará la frecuencia con la que el adolescente suele consumir bebidas alcohólicas obteniéndose 1 punto si nunca consume, 2 puntos si consume entre una a dos veces por mes, 3 puntos entre una o dos veces por semana y 4 puntos si consume todos los días. La dimensión correspondiente a cantidad se evaluará obteniéndose un valor de 1 punto si el adolescente suele consumir menos de un litro cada vez que toma, 2 puntos si consume más de un litro y 3 puntos si consume más de dos litros. Además, se utilizará una escala de tipo Likert con una puntuación de 1(Nunca), 2(A veces) y 3 (Siempre), para evaluar la dimensión correspondiente al evento del consumo, es decir si el adolescente suele consumir alcohol en presencia de otras personas o suele hacerlo cuando se encuentra solo. Por lo tanto, el índice quedará determinado de la siguiente manera:

- ≤ 16 Consumo leve (CL)
- 17-30 Consumo moderado (CM)
- ≥ 31 Consumo severo (CS)

Para facilitar el plan de análisis previamente se procederá a codificar y representar los resultados obtenidos en gráficos circulares o de torta para su mayor comprensión y claridad.

En cuanto al plan de análisis, se realizará de acuerdo al tipo de hipótesis planteada en el presente trabajo. La misma cuenta con una multiplicidad de variables en estudio; por lo que se procederá a realizar un análisis multivariado para conocer cómo se influyen las variables entre sí y la relación que existe entre ellas. Este tipo de método es complejo y requiere el uso de computadoras, por lo que se utilizarán programas especiales y pertinentes para efectuar los cálculos necesarios y llevar a cabo este tipo de análisis. Se empleará, además, un tipo de estadística descriptiva e inferencial ya que se utilizarán números y gráficos para describir la información y los datos obtenidos; y se pretende extender la información de las muestras de adolescentes a la población total de estudiantes que asisten al colegio público seleccionado.

Plan de Trabajo

	16/03/20 al 29/05/20	01/06/20 al 08/06/20	09/06/20 al 09/07/20	10/07/20al 24/07/20	27/07/20 al 10/08/20	11/08/20 al 25/08/20	26/08/20 al 09/09/20	14/09/20 al 05/10/20
Recolección de datos								
Consulta con un estadístico								
Tabulación de datos								
Análisis e Interpretación de datos								
Elaboración de los resultados								
Conclusiones								
Redacción del Informe final								
Difusión de los resultados								

ANEXOS

ANEXO N° I

Guía de estudio de convalidación de sitio

- ✓ ¿El colegio permite y autoriza que se entreviste a los alumnos de la institución?
- ✓ ¿El colegio permite la publicación de los resultados?
- ✓ ¿Cuántas divisiones por cursos hay?
- ✓ ¿Se dictan clases tanto en turno mañana como en turno tarde?
- ✓ ¿Cuál es el horario de cursado de cada turno?
- ✓ ¿Cuántos alumnos en total tiene el establecimiento?
- ✓ ¿Cuántos alumnos varones hay en la institución?
- ✓ ¿Cuántas alumnas mujeres hay en la institución?
- ✓ ¿El establecimiento educativo trabaja temáticas relacionadas a la violencia intrafamiliar, el uso de redes sociales y el alcoholismo?
- ✓ ¿La institución puede enviar el consentimiento a los padres para firmar?
- ✓ ¿Qué momento se considera el más adecuado para realizar las encuestas?

ANEXO N° II

Instrumento de recolección de datos

Dentro de tu familia...	Siempre	A veces	Nunca
¿Alguna vez recibiste algún golpe por parte de uno de los integrantes de tu familia o viste agredirse físicamente a dos o más de ellos?			
¿Alguna vez necesitaste o alguien de tu familia necesito atención médica por maltratos físicos?			
¿Algún integrante de tu familia te hace callar o calla a las demás personas cuando dan una opinión personal			
¿Alguna vez algún integrante de tu familia te insulto a vos o a otro familiar en frente de otras personas?			
¿Sienten o sentís temor cuando uno de los miembros de tu familia llega a tu casa?			
¿Alguna vez, algún integrante de tu familia te impidió a vos o a otro familiar hablar con otras personas?			
¿Algún integrante de tu familia se molesta cuando vos o algún otro miembro se arreglan, se maquillan o se visten de manera diferente a la cotidiana?			
¿Alguna vez te impidieron a vos o a un familiar a ingresar a su propia casa?			
¿Alguna vez te limitaron a vos o a otro miembro, el dinero para los gastos necesarios del colegio o del hogar?			
Al momento de tomar decisiones en la casa ¿los toma una sola persona ignorando la opinión de los demás?			
En las labores del hogar ¿siempre participan todos por igual?			
En las labores del hogar ¿siempre las realizan las mismas personas?			

¿Usas Redes Sociales?	SI	NO
-----------------------	----	----

(Si su respuesta es "No" pase a la siguiente hoja)

¿Dónde se conecta habitualmente a las redes sociales? (Marque con una X donde corresponda)	
En mi casa	En la escuela

¿Con que frecuencia usas las redes sociales?	
Todo el tiempo	Entre 1 a 2 veces por día
Entre 7 a 12 veces por día	Entre 2 a 3 veces por semana
Entre 3 a 6 veces por día	Una vez por semana

¿Durante cuánto tiempo permanece en las redes sociales?	
Menos de 1 hora	Entre 4 a 6 horas
Entre 1 a 3 horas	Más de 6 horas

	Siempre	A veces	Nunca
Apenas me despierto ya estoy conectándome a las redes sociales			
Me siento ansioso y de mal humor cuando no puedo conectarme a las redes sociales			
Cuando estoy en las redes sociales pierdo el sentido del tiempo			
Estoy atento a las alertas que me envían desde las redes sociales			
Descuido a mi familia y amigos por estar conectado a la redes sociales			
Descuido mis tareas y estudios por estar conectado a las redes sociales			
Aun cuando estoy en clases me conecto disimuladamente a las redes sociales			
Pienso que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales			

¿A qué edad probaste por primera vez alguna bebida alcohólica?			
Entre los 13 y 14 años	Entre los 15 y 16 años	Entre los 17 y 18 años	Aún no he probado

¿Con que frecuencia consumís alcohol?			
Nunca	Entre una o dos veces por mes	Entre una o dos veces por semana	Todos los días

Cuando tomas alcohol ¿cuánta cantidad soles tomar?		
Menos de 1 Litro	Más de 1 Litro	Más de 2 Litros

	Siempre	A veces	Nunca
Bebo cuando veo una publicidad de mi bebida favorita			
Bebo cuando estoy en una reunión con mis amigos y ellos también beben			
Bebo para sacar una foto con mis amigos que luego subirán a las redes			
Bebo para caerle bien a mis amigos			
Bebo para pasarla mejor con mis amigos			
Bebo porque mis amigos me lo piden			
Bebo para llamar la atención de una persona			
Bebo cuando hay problemas en mi casa y quiero olvidarme			
Bebo solo, sin ninguna otra persona			
Bebo después de tener una pelea o discusión			

ANEXO N° III

Resultados del estudio exploratorio

Durante el estudio exploratorio se le realizaron varias preguntas a la autoridad del establecimiento educativo seleccionado para controlar la validez del sitio donde se realizará el trabajo. Como resultado de dicho estudio se constata que el colegio secundario permite y autoriza que se encueste a los alumnos y permite, además, la publicación de los resultados obtenidos en dichas encuestas.

La institución cuenta con cinco años de cursado de educación secundaria. En 1er y 2do año se cuenta con tres divisiones para cada curso; a partir del 3er año el cursado se divide por orientaciones correspondientes a Ciencias Sociales, Ciencias Naturales y Economía. El sector de Economía, por un lado, cuenta con tres cursos, el de Ciencias Sociales con dos y el de Ciencias Naturales cuenta con un curso que funciona por la tarde.

Las clases se dictan tanto en el turno mañana durante la franja horaria de 7:30 hs a 12:30 hs, como en el turno tarde desde las 13hs hasta las 18hs.

El establecimiento educativo cuenta con la asistencia de un total de 500 estudiantes que predominan en el turno mañana. Aproximadamente 300 alumnos asisten en el turno mañana y 200 al turno tarde.

En relación a las diferencias del número de estudiantes según sexo, se destaca un predominio de alumnos varones con un 60% aproximadamente del total, es decir 300 estudiantes. Mientras que las alumnas mujeres representan el 40% de total de estudiantes que asisten al colegio, es decir 200 estudiantes mujeres.

Por otra parte, es importante destacar que dentro de la institución no se han trabajado en profundidad hasta el momento temas específicos vinculados a la violencia intrafamiliar, el uso de redes sociales y el consumo de alcohol, sino que se hizo hincapié en otras temáticas vinculadas a la salud del adolescente y su cuidado como la prevención de infecciones de transmisión sexual.

Un punto a destacar es que la institución tiene acceso a los padres de los alumnos. La comunicación entre la institución y las familias se da a través de un cuaderno de comunicaciones individual por cada alumno, hecho que facilitaría la entrega del consentimiento informado para que pueda ser firmado por los padres y/o tutores de los alumnos.

En fin, de acuerdo a la autoridad de la institución el momento más oportuno para realizar las encuestas a los estudiantes son 15 minutos previos al inicio de cualquier clase para que luego puedan continuar con sus respectivas tareas.

ANEXO N° IV

Resultados de la prueba piloto del instrumento

Se realizó una prueba piloto como control de validez del instrumento de recolección de datos. El mismo, se aplicó en diez estudiantes de 5to año del turno mañana del colegio secundario público seleccionado con el fin de evaluar si el mismo es claro, de fácil comprensión, de fácil respuesta y obtiene la información que realmente se desea obtener para el estudio de la problemática en cuestión. De esta manera se comprueba si el mismo cuenta con la precisión y la confiabilidad necesaria.

A partir de dicha prueba pudieron destacarse algunos inconvenientes en cuanto a las opciones de respuestas disponibles en la sección que mide la variable “Características en relación al consumo de alcohol” ya que algunos adolescentes que nunca habían probado o consumido alcohol no contaban con la opción correspondiente a “Nunca”. Se identificaron déficit también, en las opciones que indican la edad en la que el adolescente probó por primera vez una bebida alcohólica ya que se repetían edades en las diferentes opciones. En la frecuencia con la que el adolescente consume alcohol también se identificaron problemas en las opciones de respuesta que resultaron poco comprensibles ya que las opciones eran “semanalmente” o “mensualmente”, pero no se especificaba explícitamente una frecuente o cantidad de días determinados al mes o a la semana. Esta situación fue considerada para poder modificar y ajustar el instrumento.

Sin embargo, en cuanto a las preguntas que miden tanto “Violencia Intrafamiliar” como “Uso de Redes Sociales” fueron comprendidas en su totalidad por parte de los adolescentes siendo ellas de fácil comprensión y de fácil respuesta para los mismos.

De acuerdo a los resultados obtenidos durante esta prueba se logró modificar el instrumento de recolección de datos, de manera que posteriormente puedan ser aplicados a la población definitiva sin que la misma presente inconvenientes a la hora de completarlo.

ANEXO N° V
Consentimiento Informado

Rosario, (fecha)

Mediante la firma del presente documento, doy mi consentimiento para que mi hijo/a participe voluntariamente de una encuesta en donde se respetará su anonimato y sus respuestas serán totalmente confidenciales con el fin de aportar datos al trabajo de Investigación sobre Violencia Intrafamiliar, Uso de Redes Sociales y Consumo de Alcohol en Adolescentes realizada por la estudiante Suarez Valeria Eliana de quinto año de la carrera de Licenciatura en enfermería de la Facultad de Ciencias Médicas perteneciente a la Universidad Nacional de Rosario.

Soy consciente de que mi hijo/a puede negarse a completar el formulario o dejar de participar del mismo cuando lo considere. Dejo constancia, además, que se me proporcionó toda la información suficiente sobre los aspectos éticos y legales que involucran la participación de mi hijo/a y soy consciente de que puedo solicitar información relacionada al proyecto de investigación en caso que lo considere necesario.

Firma

ANEXO N° VI
Asentimiento informado

Rosario (fecha)

Mediante la firma del presente documento, afirmo que estoy de acuerdo en completar la encuesta proporcionada por la estudiante Suarez Valeria Eliana de quinto año de la carrera de Licenciatura enfermería de la Facultad de Ciencias Médicas perteneciente a la Universidad Nacional de Rosario con el fin de aportar datos al trabajo de Investigación sobre Violencia Intrafamiliar, Uso de Redes Sociales y Consumo de Alcohol en Adolescentes.

Doy constancia de que conozco que se respetara mi anonimato y las respuestas serán absolutamente confidenciales por lo que no afectara en ningún aspecto de mi vida, además de que mi participación es voluntaria y puedo retirarme de dicha actividad cuando lo desee. Dejo en claro de que soy consciente que mi padre/madre/tutor está de acuerdo con mi participación en dicha actividad.

Firma

Bibliografía

- Anderson, P., Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R., & Hastings, G. (14 de January de 2009). Impact of Alcohol Advertising and Media Exposure in Adolescent Alcohol Use: A Systematic Review of Longitudinal Studies. *Alcohol y Alcoholism*, 44(3), 229-243. Recuperado el 2019
- Argentina, O. (12 de Agosto de 2016). OPS. Obtenido de https://www.paho.org/arg/index.php?option=com_content&view=article&id=10029:elemento-de-impuestos-a-las-bebidas-alcoholicas-reduce-el-consumo-segun-nuevoestudio&Itemid=299
- Asesoría Psicosocial del Centro Informajoven. (2019). *informajoven.com*. Obtenido de [informajoven.com: https://www.informajoven.org/info/salud/k_7_7.asp](https://www.informajoven.org/info/salud/k_7_7.asp)
- Asesoría Psicosocial del Centro Informajoven. (s.f.). *www.informajoven.org*. Recuperado el Octubre de 2019, de [www.informajoven.org: https://www.informajoven.org/info/salud/k_7_7.asp](https://www.informajoven.org/info/salud/k_7_7.asp)
- Baan, R., Straif, K., Grosse, Y., Secretan, B., El Ghissassi, F., & Bouvard, V. (Abril de 2007). Carcinogenicity of alcoholic beverages. *The Lancet*, 4, 292-293. Obtenido de [https://doi.org/10.1016/S1470-2045\(07\)70099-2](https://doi.org/10.1016/S1470-2045(07)70099-2)
- Babor, T., Caetano, R., Casswell, S., Griffith, E., Giesbrecht, N., Graham, K., . . . Rossow, I. (2010). *El alcohol: un producto de consumo no ordinario*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Baeza Torres, E. S., Echeverría San Vicente, L., Velasco-Rojano, E., & Cruz Morales, S. E. (Agosto de 2018). Validación del Inventario Situacional de Consumo de Alcohol en personas que buscan tratamiento en México. *Revista Internacional de Investigación en Adicciones*, 4(4). Obtenido de <http://riiad.org/index.php/riiad/article/view/riiad.2018.2.05/246>
- Barragan Martin, A. B., Martinez, A. M., Simon Marquez, M., Perez Fustes, M., Molero Jurado, M., & Gazquez Linares, J. J. (2016). Consumo de tabaco y alcohol en adolescentes y relación con la familia. *Dialnet*, 4(1), 49-61. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761692>
- Cruz Juarez, A., Montero Dominguez, F., Salas Garcia, B., & Ortizleon, C. (Diciembre de 2016). Redes sociales y su influencia en el consumo de drogas en estudiantes de preparatoria en Xalapa, Veracruz: Un estudio cualitativo. *Revista Investigaciones Sociales*, 2(6), 14-22. Obtenido de https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol2num6/Revista_Investigaciones_Sociales_V2_N6_2.pdf
- EMSE. (2018). Programa Nacional de Salud Integral en la adolescencia. Ministerio de Salud de la Nación.
- Escorra Mayaute, M., & Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91. Recuperado el 2019

- Feito Crespo, L. (2016). *El papel de la familia en el consumo de sustancias de adolescentes y jóvenes españoles*. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Madrid. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/24590/retrieve>
- Fernandez, V. A., & Corral, I. L. (31 de Julio de 2018). Consumo de alcohol y género: diferencias desde la perspectiva de los profesionales de enfermería. *Nure Investigacion*. Obtenido de <https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/1426/846>
- Fundacion Gedeon . (24 de Febrero de 2015). Recuperado el 2019, de <http://gedeon.org.gt/es/blog/cultura-valores-creencias-actitudes-conductas/>
- Hernando, A., Oliva , A., & Pertegal, M. A. (03 de Enero de 2013). Diferencias de género en los estilos de vida de los adolescentes. *Redalyc*, 22(1), 15-23. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1798/179826044007.pdf>
- Hidalgo, C. G., & Weinreich, M. L. (2004). Intervención de Salud en Familias de Alto Riesgo Biopsicosocial. *Psykhé*, 13(1), 33-42. Recuperado el 2019, de <http://www.psykhe.cl/index.php/psykhe/article/view/156/154>
- Lerma Valdez, A., Yañez Castillo, B. G., Sosa Briones, M. R., Sosa Briones, M. R., Villegas Pantoja, M. A., & Vargas Martinez, J. I. (2017). Uso de facebook y su relación con el consumo de alcohol en jóvenes universitarios mexicanos. *Journal Healt NPEPS*, 2(2). Obtenido de <https://periodicos.unemat.br/index.php/jhnpeps/article/view/2215/2143>
- Maldonado, M. M. (2000). La escuela y las relaciones sociales entre adolescentes. *Cuadernos de Antropología Social*, 12. Obtenido de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/CAS/article/view/4683/4180>
- Mc. Guire, W. J. (1968). *Personality and Attitude Change: An Information-Processing Theory*.
- Ministerio de Salud y Desarrollo Social , P. (2019). *Diagnostico de situacion sobre el consumo de alcohol en Argentina y recomendaciones para la puesta en marcha de politicas sanitarias*. Argentina.
- Ministerio de Salud, P. (2011). *Normativa Nacional en Políticas Sanitarias de Prevención y Lucha frente al Consumo Excesivo de Alcohol*. Argentina.
- OMS. (s.f.). Obtenido de https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/
- OMS. (2012). OMS. Obtenido de <https://www.who.int/topics/violence/es/>
- OMS. (13 de Diciembre de 2018). *www.who.int*. Obtenido de [www.who.int](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescents-health-risks-and-solutions): <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescents-health-risks-and-solutions>
- Organization World Health. (1994). *Glosario de términos de alcohol y drogas*. Ministerio de sanidad y consumo, España. Recuperado el agosto de 2019, de https://www.who.int/substance_abuse/terminology/lexicon_alcohol_drugs_spanish.pdf

- Oyervide, J. J., Álvarez, J., Ochoa Caldas, J., & Astudillo Ñauta, J. (2013). Construcción de una escala de violencia intrafamiliar, Cuenca - Ecuador 2013. *Revista de la Facultad de Ciencias Médicas Universidad de Cuenca*, 10.
- Pascual, M., Boix, J., Felipe, V., & Guerri, C. (19 de Enero de 2009). Repeated alcohol administration during adolescence causes changes in the mesolimbic dopaminergic and glutamatergic systems and promotes alcohol intake in the adult rat. *Wiley online library*, 108(4), 920-931. Recuperado el Agosto de 2019, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1471-4159.2008.05835.x>
- Pautassia, R. M. (2013). *Consumo de alcohol durante la adolescencia y el desarrollo temprano, causas y consecuencias*. Instituto de Investigación Médica M. y M. Ferreyra (INIMECCONICET), Ciencias e Investigación, Córdoba, Argentina. Recuperado el Agosto de 2019, de https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/25839/CONICET_Digital_Nro.51e4b3b0d6b2-466f-a16f-dc2cfbf7e0c0_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Pedersen, W., & Skrandal, A. (1998). Alcohol consumption debut: predictors and consequences. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 59(1), 32-42.
- Perloff, R. M. (1993). *The dynamics of Persuasion*. New York.
- Petty, R. E., Ostrom, T. M., & Brock, T. C. (1982). *Cognitive Responses in Persuasion*. Psychology Press.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1984). The elaboration likelihood model of persuasion. *ACR North American Advances*.
- Rodríguez Molinero, L. (Junio de 2017). El adolescente y su entorno: familia, amigos, escuela y medios. *Pediatría Integral*, 21(4), 261-269. Obtenido de www.pediatriaintegral.es: <https://www.pediatriaintegral.es/publicacion-2017-06/el-adolescente-y-su-entornofamilia-amigos-escuela-y-medios/>
- Rondón, D. (2019). *www.calameo.com*. Recuperado el 2019, de www.calameo.com: <https://es.calameo.com/read/003742678a49795e2fea3>
- Ruiz Martínez, M., & Carrero Bosch, I. (2015). *El poder de persuasión de las redes sociales en la generación de intenciones*. Universidad Pontificia de Madrid, Madrid. Recuperado el 2019, de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/5979/retrieve>
- Ruiz Martínez, A. O., Hernández Cera, M. I., Mayrén Arévalo, P. J., & Vargas Santillán, M. (2014). Funcionamiento familiar de consumidores de sustancias adictivas con y sin conducta delictiva. *Liberabit*, 20(1), 109-119. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260010>
- Sánchez Pardo, L. (26 de 06 de 2019). <http://www.pnsd.mscbs.gob.es/>. (D. d. Juventud., Ed.) Obtenido de www.pnsd.mscbs.gob.es/profesionales/publicaciones/catalogo/bibliotecaDigital/publicaciones/pdf/GuiaGenero_Drogas.pdf

Sedronar. (2017). *Estudio nacional en poblacion de 12 a 65 años, sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas*. Informa de resultados, Argentina. Recuperado el Agosto de 2019, de <http://www.observatorio.gov.ar/media/k2/attachments/2018-10-05ZEncuestaZHogares.pdf>

Villegas Balestrini, J. G. (31 de Marzo de 2012). Mensajes Racionales y Emocionales. Obtenido de <http://orientacionconductacomunicaciongrupo2.blogspot.com/2012/03/mensajesracionales-y-emocionales.html?m=1>