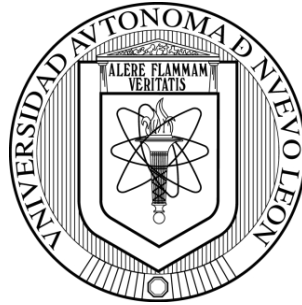


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ENFERMERÍA



USO DE FACEBOOK Y CONSUMO DE ALCOHOL
EN ADOLESCENTES

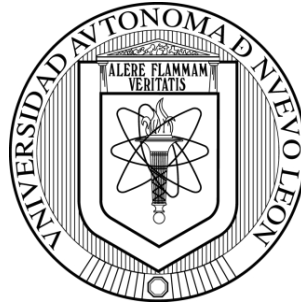
Por

LIC. PAOLA JAZMIN DE ANDA ROBLEDO

Como requisito parcial para obtener el grado de:
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA

FEBRERO, 2016

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



USO DE FACEBOOK Y CONSUMO DE ALCOHOL
EN ADOLESCENTES

Por

LIC. PAOLA JAZMIN DE ANDA ROBLEDO

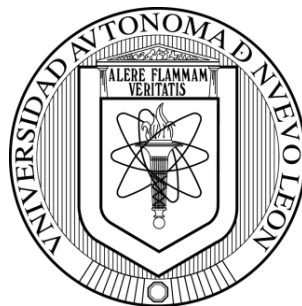
Director de Tesis

DR. FRANCISCO RAFAEL GUZMÁN FACUNDO

Como requisito parcial para obtener el grado de:
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA

FEBRERO, 2016

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



USO DE FACEBOOK Y CONSUMO DE ALCOHOL
EN ADOLESCENTES

Por

LIC. PAOLA JAZMIN DE ANDA ROBLEDO

Asesor Estadístico

MARCO VINICIO GOMEZ MEZA PhD

Como requisito parcial para obtener el grado de:
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA

FEBRERO, 2016

USO DE FACEBOOK Y CONSUMO DE ALCOHOL
EN LOS ADOLESCENTES

Aprobación de Tesis

Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo
Director de Tesis

Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo
Presidente

Dra. Nora Angélica Armendáriz García
Secretario

MSP. Lucio Rodríguez Aguilar
Vocal

Dra. María Magdalena Alonso Castillo
Subdirector de Posgrado e Investigación

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo brindado para realizar mis estudios de Maestría en Ciencias de Enfermería.

A la ME. María Diana Ruvalcaba Rodríguez, Directora de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, por el apoyo brindado.

A la Dra. María Magdalena Alonso Castillo, Subdirectora de Posgrado e Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, por su compromiso, entrega, conocimiento y apoyo brindado durante mi formación académica.

Al Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo mi director de tesis, principalmente le agradezco por su paciencia, compromiso, motivación, por la confianza brindada y su respaldo académico. Gracias por el tiempo que invirtió en mi formación y por compartir sus conocimientos al dirigirme en esta etapa profesional, sin su apoyo la realización de esta tesis no hubiera sido posible.

A la Dra. Teresita de Jesús Campa Margallón por su gran apoyo cuando más lo necesite, por escucharme, aconsejarme y siempre alentarme a seguir adelante, muchas gracias porque sin su apoyo y preocupación tal vez no estaría aquí.

A la Dra. Ma. Tere Alonso Catillo por darme la oportunidad de pertenecer a la Clínica FAEN, donde aprendí demasiado y compartí hermosas experiencias, gracias por brindarme su confianza, apoyo y enseñanzas, por siempre alentarme a seguir adelante y ser siempre un ejemplo de disciplina y responsabilidad.

A la Dra. Bertha Alicia Alonso Castillo por brindarme su confianza, enseñanzas y ser siempre un ejemplo de firmeza y disciplina.

A la Dra. Nora Angélica Armendáriz García y Al MSP. Lucio Rodríguez Aguilar por sus aportaciones para el mejoramiento de esta tesis, así como el apoyo brindado durante este tiempo que me permitió crecer personal y profesionalmente.

A los profesores del Programa de Maestría en Ciencias de Enfermería que

estuvieron involucrados en mi formación académica, gracias por su apoyo, conocimientos, enseñanzas y ser un ejemplo a seguir, comprometidos siempre con los demás, la educación y la profesión de enfermería.

A mi mejor amiga y compañera Lic. Diana Aracely Almaraz Castruita por brindarme su apoyo incondicional, por motivarme a seguir adelante, por todos los momentos que compartimos, los grandes aprendizajes y vivencias que pasamos juntas y quedaran siempre en nuestro corazón y memoria.

A mis amigos y amigas que compartieron hermosos momentos conmigo dentro y fuera del aula en especial a Victoria, Yajaira, Ely, Luis Miguel, Valentín y David que siempre me han brindado su apoyo, gracias por su amistad la cual valoro demasiado.

A mis amigos y amigas que conocí durante la maestría, Mayra, Kike, Susy, Heriberto, Abdaly, Grecia, en especial a Juan Carlos mi amigo gracias por iluminar mis días con tus ocurrencias y escucharme siempre, gracias por todo amigos.

Dedicatoria

A Dios por darme fuerza, fortaleza y sabiduría para seguir en este camino. Solo él sabe lo que tiene preparado para mí. Gracias señor porque nunca me has dejado sola y siempre has puesto los medios en mi camino para ganar aquellas batallas que veía perdidas, por colmarme siempre de bendiciones y brindarme la oportunidad de culminar una etapa más en mi vida.

A mis padres Raúl de Anda Ramírez y Amelia Robledo de León por su amor y apoyo incondicional en la realización de mis sueños, gracias por sus consejos, regaños, palabras de aliento, por ser ejemplos a seguir, y alentarme a ser mejor persona día a día, por enseñarme el amor por los demás, por estar siempre pendiente de mí. Gracias por ser mis padres.

A mis hermanos Gabriela, Raúl y Azucena, gracias por su apoyo y cariño, por soportar mi mal humor y regaños, por siempre robarme una sonrisa con sus ocurrencias, gracias por todos los momentos felices y reflexivos.

A mis abuelos Cesario Robledo y Adela de León gracias por todo su apoyo incondicional, amor y cariño. Gracias a mi abuelita Francisca Ramírez por que enseñarme el amor por la enfermería y alentarme siempre a seguir adelante, por enseñarme que mi profesión es entrega y dedicación.

A mis tías y tíos y primos por su valioso apoyo y consejos, gracias por estar pendiente de mí y mi familia, gracias por todos los bello y agradables momentos que compartimos.

A mi amigos y amigas que compartimos juntos hermosos momentos llenos de risas, alegría, lagrimas, por todas las aventuras y travesuras que hicimos juntos, por disminuir la carga académica con sus ocurrencias. Gracias por todo su apoyo incondicional, por sus consejos y regaños, gracias Diana, Victoria, Yajaira, David, Valentín, Luis y Ely, gracias por ser ejemplo de dedicación y responsabilidad.

Tabla de Contenido

Contenido	Página
Capítulo I	
Introducción	1
Marco de referencia	4
Estudios relacionados	8
Definición de términos	16
Objetivos	17
Capítulos II	
Metodología	
Diseño del estudio	18
Población, muestreo y muestra	18
Instrumentos de medición	19
Recolección de datos	21
Consideraciones éticas	22
Análisis de datos	23
Capitulo III	
Resultados	25
Consistencia interna de los instrumentos	25
Estadística descriptiva	26
Estadística inferencial	36
Capitulo IV	
Discusión	49
Conclusiones	55
recomendaciones	55
Referencias	57

Tabla de Contenido

Contenido	Página
Apéndices	
A. Descripción de la Muestra	63
B. Cedula de datos Personales y Prevalencias de Consumo de Alcohol (CPDyPCA)	64
C. Cuestionario de Identificación de Trastornos por Uso de Alcohol (AUDIT)	65
D. Cuestionario del Uso de Facebook (CUF)	66
E. Asentimiento Informado para el Adolescente	67
F. Consentimiento Informado para el Padre de Familia o Tutor	70
G. Consentimiento Informado para el Adolescente Mayor de Edad	73

Lista de Tablas

Tabla	Página
1. Consistencia Interna de los Instrumentos AUDIT Y CUF	25
2. Características sociodemográficas de los adolescentes (sexo, semestre, estado civil y ocupación)	26
3. Descripción de frecuencia de Facebook	27
4. Descripción de dispositivos para acceder a Facebook	27
5. Descripción de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días	28
6. Percepción de los adolescentes sobre la influencia del Facebook en consumo de alcohol	28
7. Prevalencias de consumo de alcohol	29
8. Tipo de bebidas alcohólicas consumidas por adolescentes	29
9. Datos descriptivos del primer reactivo del AUDIT	30
10. Datos descriptivos del segundo reactivo del AUDIT	30
11. Datos descriptivos de los reactivos 3 al 8 del AUDIT	31
12. Datos descriptivos del noveno y décimo reactivo del AUDIT	32
13. Frecuencias y proporciones del puntaje del AUDIT	33
14. Tipos de consumo de alcohol	34
15. Prueba de normalidad para las variables continuas de la cédula de datos y puntuaciones de AUDIT	34
16. Prueba de normalidad para las variables de frecuencia de uso de Facebook y exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en los últimos 30 días	35

Lista de Tablas

Tabla	Página
17. Prueba U de Mann-Whitney para las variables de frecuencia de uso de Facebook por sexo	36
18. Prueba U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días por sexo	37
19. Prueba Kruskal- Wallis para las variables de frecuencia de uso de Facebook por semestre	38
20. Prueba Kruskal-Wallis para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días por semestre	39
21. Prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida, en último año y en el último mes y últimos siete días por sexo	40
22. Prueba U de Mann-Whitney para los puntajes de AUDIT por sexo	40
23. Prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida, en último año y en el último mes y últimos siete días por semestre	41
24. Prueba Kruskal-Wallis para los puntajes de AUDIT por semestre	42
25. Coeficiente de Correlación de Spearman para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol y puntuaciones de AUDIT	43
26. Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida	44

Lista de Tablas

Tabla	Página
27. Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en el último año	45
28. Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en el último mes	46
29. Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en la última semana	47

Lista de Figuras

Figura	Página
1. Efectos de la exposición de contenidos de alcohol en Facebook sobre la probabilidad del consumo de alcohol	48

RESUMEN

Lic. Paola Jazmín De Anda Robledo
Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Enfermería

Fecha de Graduación:

TITULO DE TESIS: “USO DE FACEBOOK Y CONSUMO DE ALCOHOL EN
LOS ADOLESCENTES”

Numero de paginas

Candidato a obtener el Grado de Maestría
en Ciencias de Enfermería

LGAC: Prevención de Adicciones. Drogas lícitas e ilícitas.

Propósito y Método del Estudio: El propósito del estudio fue describir la relación del uso del Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes. El diseño del estudio fue descriptivo correlacional, el muestreo fue aleatorio estratificado por plantel y semestre con una asignación proporcional de acuerdo a cada estrato. La población se conformó por 3,019 adolescentes de ambos sexos, inscritos en Colegios de Educación Profesional Técnica del Municipio de San Nicolás de los Garza, Nuevo León. La muestra se obtuvo para una prueba bilateral con un enfoque conservador con un límite de error de .05, para una muestra de 483 adolescentes. Se utilizó una Cédula de Datos Personales y Prevalencias del Consumo de Alcohol (CPDyPCA), el Cuestionario de Identificación de Trastornos debido al consumo de Alcohol y Cuestionario de uso de Facebook (CUF). Se determinó la consistencia interna de los instrumentos y se aplicó la prueba de Kolmogorov- Smirnov con corrección del Lilliefors y se utilizó estadística descriptiva e inferencial: frecuencias y proporciones, Prueba Kruskal- Wallis, Prueba U de Mann-Whitney, Coeficiente de Correlación de Spearman y Modelo de Regresión Lineal Múltiple.

Contribuciones y Conclusiones: Las prevalencias del consumo de alcohol que presentaron los participantes fueron, alguna vez en la vida de 76.4%, en el último año 60.9%, en el último mes 39.5% y el 24% en la última semana. Los tipos de consumo de alcohol se destaca que el 31.1% de los adolescentes presentaron un consumo con riesgo, el 27.3% consumo dependiente y el 27.5% consumo perjudicial. El 96.5% de los adolescentes contaba con una cuenta activa en Facebook; los días de uso en facebook por semana fueron de 5.8 días, las horas de uso de Facebook por día fueron de 5.4 horas, y los días de uso de Facebook en los últimos 30 días fue de 22.1 días. Se destacó que las fotografías son la forma de exposición de contenidos de alcohol más frecuente, seguido de anuncios comerciales y publicaciones en muro. Se encontró relación positiva y significativa entre las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol y puntuaciones de AUDIT ($r=221, p<.001$), lo que significa que a mayor índice de exposición de contenidos que involucran alcohol, mayor frecuencia de consumo, mayor dependencia y consumo perjudicial.

Firma del Director de Tesis _____

Capítulo I

Introducción

El consumo de alcohol representa un problema de salud pública a nivel mundial, cada año mueren aproximadamente 3.3 millones de personas en el mundo a consecuencia del consumo nocivo de alcohol, lo que representa el 5.9% del total de las defunciones; se le atribuye el 5.1% de la carga mundial de morbilidad y lesiones. El consumo provoca defunciones y discapacidad a edades más tempranas; es el responsable del 25% de las defunciones en personas entre 20 y 39 años, de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud reporta en el 2011, que cerca de 320,000 jóvenes entre 15 y 29 años murieron por causas relacionadas con consumo de alcohol (OMS, 2014).

El uso nocivo de alcohol es considerado como causal de diversos trastornos y enfermedades como son; la cirrosis hepática, enfermedades cardiovasculares, diversos tipos de cáncer, trastornos mentales y comportamentales como; violencia, suicidios así como traumatismos causados por accidentes de tránsito provocando discapacidad temprana, también se relaciona con enfermedades infecciosas como; tuberculosis y el VIH/Sida, lo que provoca pérdidas sociales y económicas, para las personas y para las sociedad en su conjunto. Los adolescentes que están bajo la influencia del alcohol suelen poner en riesgo su integridad física, así como la de sus compañeros, familia, amigos e incluso extraños; provocando consecuencias graves y perjudiciales a la sociedad (OMS, 2014).

Es evidente las consecuencias que provoca el consumo de alcohol a la salud de las personas, la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) en el 2011, reporta que en México el consumo de alcohol para la población total de 12 a 65 años, presentó un incremento significativo del 2002 al 2011; la prevalencia de alguna vez en la vida se estimó del 64.9% a 71.3%, en los últimos doce meses pasó del 46.3% a 51.4%, así mismo en relación al consumo en el último mes pasó del 19.2% a 31.6%. Por otro lado

se reporta que cerca del 60% de la población mexicana inició su consumo a los 17 o menos años de edad (Instituto Nacional de Psiquiatra Ramón de la Fuente [INPRFM] Instituto Nacional de Salud Publica [INSP] & Secretaria de Salud [SSA], 2012).

El consumo de alcohol ha mostrado ser prevaeciente en los adolescentes, datos de la ENA 2011, reportan que entre los adolescentes de 12 a 17 años, el 42.9% han consumido alcohol alguna vez en la vida, el 30% en el último año y el 14.5% en el último mes, además el 28.1% de las mujeres y 31.8% de los varones consumieron alcohol en el último año, al mismo tiempo se reporta que el 4.1% de esta población presentan problemas de dependencia (INPRFM, INSP & SSA, 2012).

Lo anterior refleja la magnitud de trascendencia y vulnerabilidad que representa la conducta del consumo de alcohol entre los adolescentes mexicanos, posiblemente debido a diversas situaciones en las que se desenvuelven y los diversos factores que en esta etapa de la vida se puedan presentar, como bajo apoyo o supervisión por los padres, abuso físico, bajo rendimiento escolar, las costumbres sociales y culturales, entre otras que pudieran ocasionar que la percepción del riesgo puede ser baja, los adolescentes se encuentran con mayor riesgo que el resto de la población, ya que son más propensos a incurrir en el consumo de bebidas alcohólicas y tener mayor probabilidad de presentar dependencia y daños en la edad adulta (Villatoro et al., 2012).

La literatura indica que existen múltiples factores que se relacionan con el inicio del consumo de alcohol, entre ellos probablemente el uso de las redes sociales, ya que actualmente los contextos en que se desenvuelven los adolescentes han cambiado en los últimos años, en este sentido crecen, se expresan y se desarrollan en un contexto, donde se hace presente la tecnología y la comunicación por redes sociales electrónicas, donde es posible que el adolescente compartan vivencias cotidianas (Almansa, Fonseca & Castillo, 2013; Colas, González & Sevilla, 2013).

Actualmente la globalización es un fenómeno moderno que trae consigo las nuevas herramientas tecnológicas, el ser humano se ha ido adaptando a ellas en la

medida en que estas surgen, el uso de las tecnologías de información y comunicación han ido transformando la vida cotidiana de los sujetos; siendo importante para el desarrollo individual y colectivo (Zermeno, Arellano & Ramírez, 2005). Actualmente los adolescentes nacidos entre 1995 -2000, son clasificados dentro de las generaciones Z; los cuales se relacionan mediante las redes sociales, desconfían de las autoridades y de las jerarquías (Nietzsche, 2012).

Las redes sociales electrónicas permiten construir un perfil público o semipúblico a cualquier usuario, donde se comparten experiencias a través de las comunicaciones masivas, que permite la difusión de ideas y estilos de vida, además los amigos o seguidores tienen acceso a dicha información, su uso y acceso da lugar a la identificación social con sus iguales; en ocasiones sin ningún control o sin asesoramiento parental; la inclusión a redes sociales electrónicas es cada a vez a más temprana edad (Bernal, Angulo, & Cádiz, 2013).

Existen distintos tipos de redes sociales como son Facebook, Twitter, Instagram, MySpece entre otras, que tienen millones de usuarios (Almansa, Fonseca & Castillo, 2013); Actualmente Facebook es la red social más grande del planeta con cerca de 1,230 millones de usuarios activos; México se ubica entre los primeros cinco países con mayor número de usuarios con cerca de 32 millones. Facebook ofrece una variedad de servicios a los usuarios como son la lista de amigos, mensajes entre usuarios , juegos, el muro, grupos, paginas, entre otros servicios como la publicación de fotografías, se estima que cerca de 250 millones de fotografías son subidas por día (Facebook, 2014).

En este sentido la literatura reciente muestra el uso de redes sociales electrónicas como un posible factor de riesgo para el inicio de consumo de alcohol, estudios refieren que entre el 20% y 70% de los perfiles de Facebook en adolescentes de los Estados Unidos muestran contenidos relacionados con el consumo de alcohol, además los adolescentes que están expuestos a contenidos relacionados con alcohol en Facebook, muestran asociación con el consumo de bebidas alcohólicas (Huang, et al. 2013;

Griffiths & Casswell, 2010; Fournier & Clarke, 2011; Moreno, D'Angelo, Kacvinsky, Kerr, Zhang & Eickhoff, 2014).

La Asociación Mexicana de Internet reporta en su primer estudio sobre redes sociales en México (2011) que el número de usuarios alcanzó los 34.9 millones, las redes sociales más conocidas y utilizadas son el Facebook, YouTube y Twitter, en relación al género los hombres representan el 51% y en cuanto a la edad los jóvenes de 12 a 17 años representan el 22%, siendo la cifra más alta en comparación a otros grupos de edad, además se estima que el tiempo promedio de conexión diario es de cinco horas (Asociación Mexicana de Internet [AMIPCI], 2011; 2013).

Actualmente se han realizado estudios que abordan el uso de redes sociales y el consumo de alcohol en países como son los Estados Unidos y Australia, así como en países europeos, sin embargo en México se encontró escasa literatura sobre la relación del uso de Facebook con el consumo de alcohol, y la influencia que puedan tener las referencias de contenidos relacionados con el consumo de alcohol en las redes sociales utilizadas por los adolescentes.

Por tal razón surge el interés de conocer dicha relación en los adolescentes, estos resultados pueden revelar información sobre la influencia de las redes sociales en la conducta del consumo de alcohol, en conjunto servir como base para el desarrollo de intervenciones de enfermería para la reducción y prevención del consumo de alcohol, por tal razón se realizó un estudio descriptivo; con el propósito de describir la relación del uso del Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes.

Marco de referencia

Este apartado está constituido por los conceptos que guiaron el presente estudio.

Santos (1989) define una red social como un conjunto de actores sociales vinculados por una serie de relaciones, que cumplen determinadas propiedades. De acuerdo a Fernández (2013) la define como una estructura compuesta por un conjunto de actores, individuos u organizaciones que están vinculados por lazos interpersonales, que

se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, o intereses comunes. Sin embargo para fines de este trabajo se considera como redes sociales aquellas que están sustentadas por la interacción a través de Internet.

En este sentido las redes sociales electrónicas son esquemas que permiten a los individuos atender un punto de interés común, para compartir contenidos en diversos formatos de comunicación y establecer relaciones interpersonales; las cuales cuentan con plataformas o sitios virtuales de comunicación, que proporcionan la posibilidad de interactuar con otras personas, además permiten construir un perfil público. (AMIPCI, 2013; Boyd & Ellison, 2007).

Facebook fue creado por Mark Zuckerberg es una red social electrónica que ofrece una forma fácil el compartir información (nombres, fotografías, videos, comentarios y entre otro tipo de información) con otros usuarios de Facebook que pueden ser amigos, miembros de familia e inclusive extraños. Este lugar brinda un foro instantáneo para la comunicación pública (Glassman, 2012).

Facebook ofrece distintos servicios a los usuarios entre los más comunes son: la lista de amigos en ella el usuario puede agregar a cualquier persona que esté registrada, siempre que acepte su invitación; el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos y de mensajería instantánea en dispositivos móviles y computadores a través de Facebook Messenger, cuenta con la opción de los grupos y páginas los cuales tratan de reunir personas con intereses comunes. Otro servicio es el muro un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea o comparta, además el usuario puede publicar fotografías e imágenes dentro de su perfil y otros perfiles mediante la utilización del muro.

Otra función es el botón me gusta el cual aparece en la parte inferior de cada publicación hecha por el usuario o sus contactos, se caracteriza por un pequeño ícono en forma de una mano con el dedo pulgar hacia arriba. Permite valorar si el contenido es del agrado de otros usuarios en Facebook, es llamado Me gusta, aunque también es

llamado incorrectamente en español con el término “Like”.

Para fines de este estudio se considerara el uso de Facebook como la frecuencia y tiempo consumido dentro de Facebook. Así como la exposición a contenidos de alcohol en los últimos 30 días a en los diferentes servicios que ofrece Facebook, tales como publicación de mensajes, imágenes o fotografías en muro, invitaciones a eventos o grupos, páginas de fans.

De acuerdo con el concepto de consumo de alcohol, el alcohol es una droga depresora del Sistema Nervioso Central que inhibe paulatinamente las funciones cerebrales. Como resultado de su consumo, pueden aparecer una serie de efectos producidos al organismo (desinhibición, agresividad, conducta irracional, violencia, dependencia de alcohol, intoxicación, dificultad para hablar, dificultad para asociar ideas, descoordinación motora, envejecimiento prematuro, daño hepático, inflamación del páncreas, entre otros), la manifestación de dichos efectos depende de la cantidad ingerida, la concentración de alcohol y las características personales como edad, peso y sexo (Babor, Higgins-Biddle, Saunders, & Monteiro, 2001; Maistor, Connors, & Dearing, 2008).

Según la Norma Oficial Mexicana para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones (Secretaria de Salud, 2009) el principal componente de las bebidas alcohólicas es el alcohol etílico y sus concentraciones varia de un 2% hasta 55% en su volumen. Se clasifican dependiendo del proceso de elaboración en bebidas alcohólicas fermentadas (cerveza, vino, sidra y pulque) y destilada (tequila, whisky, ron, vodka, ginebra). El contenido de alcohol de una bebida estándar promedio es lo equivalente de 14 gramos de etanol, lo equivalente a una cerveza de 330 ml, 60 ml de vino y 45 ml de destilados.

En relación a los criterios para evaluar el tipo de consumo de alcohol se han establecido tres tipos de consumo. Consumo sensato o sin riesgo ocurre cuando el consumo no excede más de cuatro bebidas estándar de etanol en los varones no más de

tres veces por semana y dos bebidas estándar de etanol no más de tres veces por semana en las mujeres (Babor et al., 2001; De la Fuente & Kershenobich, 1992).

El consumo dependiente es un conjunto de fenómenos conductuales, cognitivos y fisiológicos que pueden aparecer después del consumo repetido de alcohol. Estos síntomas típicamente incluyen deseo intenso de consumir, dificultad para controlar el consumo, persistencia del consumo a pesar de las consecuencias perjudiciales, mayor prioridad al consumo frente a otras actividades y obligaciones, aumento de tolerancia al alcohol y abstinencia física cuando se interrumpe el consumo. Estos síntomas se pueden presentar cuando se ingiere de cuatro a nueve copas por ocasión en varones y de tres a cinco copas por ocasión en mujeres (Babor et al., 2001).

El consumo dañino o perjudicial es aquel que provoca consecuencias para la salud física (las lesiones relacionadas al consumo de alcohol como resultar herido por haber bebido), mental (lagunas de memoria como: no recordar lo que sucedió la noche anterior porque había bebido) o consecuencias sociales como sentimientos de culpa tras el consumo y que algún familiar, amigo o personal de salud le haya manifestado su preocupación por su forma de beber o le hayan sugerido que deje de beber. Esto ocurre cuando los hombres ingieren diez o más bebidas estándar y cuando las mujeres consumen en un día típico seis o más bebidas estándar (Babor et al., 2001)

Otra forma que se utiliza para medir la frecuencia del consumo es a través de prevalencia del consumo de alcohol alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes y en la última semana. De acuerdo con Hernández (2007), la prevalencia es una proporción que indica la frecuencia con la que ocurre un evento en una población determinada y en un tiempo dado, generalmente se expresa como casos por cien habitantes y no puede tomar valores de cero.

Estudios relacionados

En este apartado se presentan estudios de investigación que tienen relación con la

influencia de las redes sociales en el consumo de alcohol en los jóvenes.

Fournier y Clarker (2011) realizaron un estudio en 68 estudiantes usuarios de Facebook en una universidad de los Estados Unidos, con el propósito de conocer la cantidad de referencias relacionado con el alcohol publicado por estudiantes en Facebook y la relación entre la conducta de consumo de alcohol de los estudiantes. Se cedula de datos sociodemográficos y las preguntas en relación al consumo de alcohol, la percepción de su facebook y amigos. Se observaron los perfiles de Facebook y registraron la cantidad de contenido de alcohol de 68 estudiantes que contaran con una cuenta en facebook; los participantes tenían edades de 18 a 40 años ($\bar{X}=19.9$, $DE=3.9$).

Los resultados relacionados a la frecuencia de uso de alcohol indicaron que 47.8% consumen de una a tres bebidas al mes, el 13% indicó que consume una vez por semana y el 7.2% indican que dos a tres bebidas por semana. Cerca del 87.9 % informó uso de Facebook, con respecto al número de horas en Facebook se reportó una media de 6.6 horas ($DE= 5.6$). El 76.5 % de los perfiles de los estudiantes que participaron en el estudio presentaban contenidos relacionados con el alcohol, además la cantidad de los amigos de Facebook varían de 5 a 1,459 ($\bar{X}=436.3$, $DE=289.5$).

En referencia a la comunicación de las actividades relacionadas con el alcohol en Facebook el 69.1% reportó nunca haberlo realizado, el 29% una a tres veces por mes, y el 2.9% cuatro o más veces por semana; los contenidos relacionados con el alcohol en los perfiles de los estudiantes que mayor se presentaban eran las imágenes ($\bar{X}=3.2$; $DE=5.2$), además se encontró una correlación positiva significativa ($r=0.38$, $p=0.010$) entre facebook y los contenidos relacionados con el alcohol.

Moreno, Briner, Williams, Walker y Christakis (2009) efectuaron un estudio cualitativo en Washington en dos universidades, con el propósito de determinar la interpretación de los adolescentes en relación al alcohol, en los sitios web de redes sociales (SNS), se llevaron a cabo, ocho grupos focales con adolescentes de 11 a 18 años. Dentro de los resultados obtenidos los adolescentes refieren que suelen tener

referencia de los amigos en relación al consumo de alcohol en los perfiles de redes sociales, como una muestra real del comportamiento y donde los jóvenes encuentran estas referencias particularmente convincentes así como las fotografías personales como evidencia, además el consumo de alcohol representa un esfuerzo para ser “cool” y para la aceptación social.

Además las referencias del alcohol en los sitios web generan riesgos al exhibir publicaciones de alcohol, se identifica como riesgo tener a los padres, profesores u otras figuras adultas ya que pueden ver las referencias que aparecen, resultándoles riesgoso, otro riesgo que refieren es la posibilidad de que la información que aparece en los perfiles de redes sociales, podría ser utilizado para un chantaje o novatadas, un último riesgo identificado es el potencial para promover el consumo de alcohol entre los adolescentes.

Ridout, Campbell y Ellis (2012) realizaron un estudio descriptivo, donde formularon la hipótesis que ha mayor identidad de alcohol en los perfiles de Facebook, mayor consumo de alcohol y problemas con el alcohol, la muestra estuvo conformada por 57 hombres y 101 mujeres estudiantes universitarios, con una media de edad de 18.87, ($DE=1.27$). Para la medición se utilizó el instrumento Use Disorders Test de Identificación (AUDIT), el Rutgers alcohol Problema Índice (RAPI) utilizado para identificar los problemas relacionados con el alcohol, al mismo tiempo completaron una encuesta que evalúa cuatro problemas de comportamiento relacionados con el alcohol y un cuestionario con datos sociodemográficos, la experiencia del uso de Facebook y el número de horas al día que utilizan Facebook.

En relación a los resultado descriptivos se muestra el número de amigos en Facebook ($\bar{X}=331.69$, $DE=203.33$). Además se encontró una correlación positiva ($r=.226$, $p < .01$) entre si tener más amigos conducen a más contenido en Facebook y en consecuencia mayor identificación con el consumo de alcohol, también se correlacionó significativamente con la identificación del consumo de alcohol ($r=.230$, $p < .01$), siendo

los hombres quienes generaron puntuaciones más altas; en referencia a la puntuación del AUDIT se encontró una media de 9.43 ($DE=6.05$), el 94.4% de los participantes consumieron alcohol en el último año, y cerca del 59% reporta uso de alcohol potencialmente problemático, en relación a las bebidas consumidas en el último año se reporta una media de 530.53 bebidas.

Moreno, Briner, Williams, Brockman, Walker y Christakis (2010), realizaron un estudio con el propósito de analizar la exposición al contenido de alcohol en los medios de comunicación y su asociación con el uso de alcohol entre los adolescentes. Se evaluaron 400 perfiles de MySpace públicos seleccionados al azar, representativos de las comunidades suburbanas y rurales en Washington, los contenidos de los perfiles fueron evaluados por las referencias de alcohol y las motivaciones relacionadas con el alcohol, las asociaciones y las consecuencias, incluidas en las referencias que cumplieron con los criterios CRAFFT el cual es llamado así por sus siglas C= Car los perfiles muestran referencias o declaraciones donde el adolescente está conduciendo mientras está en estado de embriaguez, R=Relax, los perfiles indican usar alcohol para relajarse, A= Alone, los perfiles muestran referencias de beber mientras están solos, F= Forget , los perfiles muestran o hacen declaraciones del adolescente olvidando cosas que hizo mientras bebe, F=Friend, declaraciones de amigos o familiares en el perfil preocupándose por el consumo, T=Trouble, declaraciones o referencias en el perfil donde el adolescente ha tenido problemas debido a los acontecimientos que se produjeron mientras bebe.

Las edades de los usuarios eran de entre 17 a 20 años, dentro de los resultados se encontró que el 56.3% de los perfiles contenían referencias de alcohol y el 54.2% eran hombres. En relación a las publicaciones de alcohol se encontraron 341 referencias, donde el 62.5% eran de texto y el 37.5% de imágenes. Además de estas imágenes el 85.9% eran fotografías personales y el 14.1% fueron imágenes descargadas o iconos. Se encontró que el 3.2% presentaron problemas con el consumo de alcohol y una de las

motivaciones principal que se muestra para el consumo de alcohol fue la presión de grupo 4.7%, algunas consecuencias que se muestran del consumo de alcohol son las físicas tales como la resaca 2.1%.

Moreno, D´ Angelo, Kacvinsky, Kerr, Zhang y Eickhoff (2014) realizaron un estudio longitudinal con el propósito de investigar la aparición de referencias de alcohol que se muestran en Facebook de los estudiantes de primer año de dos universidades. Se utilizó el libro de códigos (Codebook) diseñado para evaluar las referencias de alcohol que se muestran en Facebook el cual tiene tres clasificaciones, no expuestos a contenidos de alcohol, perfiles con exposición y perfiles con intoxicación o problemas, este último se evalúa a través de los criterios CRAFFT.

En el estudio participaron 338 jóvenes con edad entre 17 a 19 años, la edad promedio fue de 18.4 años ($DE= 0.6$) además el 56.08% eran de sexo femenino, la universidad A representa el 58.75% de los jóvenes participantes en el estudio y la universidad B representa el 41.25%. Al inicio del estudio el 20.1% presentaban referencias de alcohol de los cuales el 13.6% eran perfiles con exposición y el 6.5% perfiles con intoxicación o problemas, durante el primer año el 39.9% muestra perfiles recientes con referencias de alcohol. Además, las probabilidades de mostrar alcohol al inicio del estudio se incrementaron en un 10.5% (IC 95%: 0-22.1%) por cada 100 más amigos de Facebook.

Epstein (2011) realizó un estudio con el propósito de examinar la relación entre el uso de la computadora y el uso de alcohol entre los adolescentes, la muestra estuvo formada por 200 jóvenes residentes en los Estados Unidos con edades de 13 a 17 años ($\bar{X}=16.07$, $DE=1.26$), donde el 63% fueron mujeres, en relación a la edad del inicio del uso de la computadora fue en promedio 7.3 ($DE=2.29$) años. Dentro de los resultados se presentó diferencia significativa de las horas de uso de computadora a la semana ($\bar{X}=5.41$, $p<.05$), destacando mayor promedio de horas de uso en los que han consumido alcohol en el último mes (16.04 horas por semana) comparado con los que no han

consumido alcohol en el último mes (12.72 horas por semana).

Huang, Unger, Soto, Fujimoto, Pentz, Marsh y Valente (2013) realizaron un estudio longitudinal con el objetivo de investigar los compañeros fuera de línea y amistades en línea para determinar las actividades y los procesos de influencia entre iguales, además de los comportamientos de riesgo entre iguales sobre el consumo de alcohol de los adolescentes; en el estudio se aplicaron encuestas de lápiz y papel, a una muestra de 1,563 estudiantes, donde en la primera medición (T1) se le aplicó a 1,620 estudiantes y para la segunda medición (T2), solo concluyeron 1.563 estudiantes en ambos puntos temporales. Finalmente la muestra estuvo conformada por 1,563 estudiantes de escuelas secundarias de 10^a grado de California, donde se analizaron los datos extraídos de un estudio (Social Network Study).

En referencia a los resultados (T2) el 50.6% eran mujeres, además cerca del 56.7% habían consumido alcohol por lo menos alguna vez en la vida, en relación a las actividades en internet el 51% uso facebook y el 48% MySpace, el 34% de los estudiantes tienen al menos un amigo que habla de fiestas en línea y el 20% informó que sus amigos publican contenido relacionado con alcohol, además los adolescentes con mayor número de amigos que han publicado fotos relacionadas con el alcohol, fueron significativamente más propensos a usar alcohol ($\beta=.06$, $p<.05$). En referencia a la exposición a las imágenes en línea de amigos en fiesta bebiendo se asoció significativamente el consumo de alcohol ($\beta= 0.06$, $p <0.05$).

Crow (2013) realizó un estudio con el propósito de investigar si el uso de Facebook influye en el consumo de alcohol en estudiantes universitarios. La muestra estuvo conformada por 502 estudiantes universitarios de 18 a 24 años; el investigador diseñó un instrumento el cual incluye datos sociodemográficos, preguntas relacionadas al consumo de alcohol y uso de la red social Facebook. Los resultados muestran que el 60% eran hombres; en su mayoría tenían entre 20 a 21 años 41.8%, ($n = 210$), además en relación al número de copas consumidas la última vez se encontró que el 25.5% informó

haber bebido de 1 a 2 bebidas, el 23% indicó que la última vez que bebió alcohol, tomó de 3 a 5 bebidas. Para el uso de Facebook el 60% de los participantes informó utilizarlo a diario, así mismo los estudiantes informaron que fueron expuestos al alcohol a través de las diversas funciones de Facebook, tales como fotos (82%), publicaciones en el muro (78%), las invitaciones (64%). El 7.8% de los estudiantes reportaron que Facebook afecta su consumo de alcohol.

Egan y Moreno (2011) realizaron un estudio con el propósito de analizar los contenidos de los perfiles de Facebook de los estudiantes universitarios masculinos, en el presente estudio se realizó un análisis observacional de los perfiles de Facebook entre los meses de junio y noviembre de 2009 en una Universidad de los Estados Unidos, se analizaron 225 perfiles, la edad media de los participantes fue de 9.8 años ($DE = 1.2$), más del 68% de los perfiles pertenecía a los estudiantes que se encontraban bajo la edad legal para beber (21 años), en relación al número de días desde la última actividad en Facebook fue de 4.6 días ($DE = 5.66$), en cuanto al número de amigos de Facebook se encontró una media de 507 ($DE = 249$).

Las referencias de alcohol estaban presentes en 85.33% de los perfiles; donde la media de referencias de alcohol por perfil fue de 8.5 ($DE = 10.6$), se encontró que los estudiantes que tenían la mayoría de edad tenían un promedio de 4.5 más referencias que los perfiles de los estudiantes menores de edad ($p = .003$; intervalo de confianza [IC] = 1.5, 7.5), así mismo el aumento en el número de amigos de Facebook se asoció con un aumento en las referencias que muestran alcohol ($p < 0.001$; intervalo de confianza [IC] = 0.009, 0.02). Facebook es ampliamente utilizado en la población universitaria donde lo que muestra Facebook pueden influir en las normas sociales y causan aumentos en el consumo de alcohol a los estudiantes universitarios de sexo masculino.

Westgate, Neilhobors, Heppner y Lindgren (2013) realizaron un estudio donde investigaron el autoinforme de las publicaciones relacionadas con el alcohol en Facebook

por uno mismo o los amigos y la relación con motivos comunes para beber, en el estudio se seleccionó al azar 1,106 estudiantes universitarios (449 hombres, 654 mujeres, 2 transgénero, 1 se negó a contestar) de los registros que se tenían de los estudiantes de pregrado de la Universidad del Pacífico Noroeste, los participantes completaron la encuesta en línea, Se encontró que los participantes tenían edades entre 18 y 25 años ($\bar{X}= 20.40$, $DE = 1.60$), además las publicaciones relacionadas con el alcohol en Facebook mostraron correlación significativas con la social, la mejora, la conformidad, y los motivos de afrontamiento para beber ($p < 0.001$).

En relación a los motivos de consumo se relacionó de manera positiva con el número de bebidas por semana, los problemas relacionados con el alcohol, el riesgo de trastornos por consumo de alcohol y los antojos de alcohol ($p < 0.001$). Por el contrario, las publicaciones relacionadas con el alcohol en amigos solamente predice el riesgo de trastornos por consumo de alcohol ($p < 0.05$). En el presente estudio las publicación de contenido relacionados con el alcohol en las plataformas de medios sociales como Facebook se asocia con motivaciones comunes para bebe.

Moreno, Kacvinsky, Pumper, Wachowski y Whitehill (2013) realizaron un estudio con el propósito de investigar las referencias a las fiestas de barrio "Mifflin" en Facebook, los datos para este estudio fueron recogidos entre 16 de abril 2012 y 2 de junio de 2012, los participantes fueron seleccionados de un estudio en curso de 199 estudiantes universitarios de primer año de la Universidad de Wisconsin-Madison y clasificados como "Reproductores Mifflin" o "no Reproductores " Entre los 66 participantes incluidos en este estudio el 68.2% eran mujeres y 50% eran reproductores de Mifflin en Facebook. De los cuales el 27.2% muestran referencias de Mifflin antes, el 16.7% muestran referencias el día de Mifflin y el 28.8% que aparecen después.

Un total del 60.6% informó el consumo de alcohol en el día de la fiesta Mifflin, así mismo la media reportada de bebidas el día de Mifflin fue de 8.8 ($DE = 6.1$), con un rango de 1 a 35. En cuanto a las referencias visualizadas de Mifflin en Facebook se

asociaron positivamente con el consumo de alcohol ($OR = 20.9$, IC del 95% 5.6 a 78.8).

En síntesis de los estudios se encontró, que los participantes tenían edades entre 13 a 40 años, la muestra que conformó los artículos relacionados varia de 68 a 1563 participantes, además entre el 60% y el 87.9% reportó hacer uso cotidiano de facebook, con aproximadamente un uso de 6.6 horas diarias, además se reporta que cerca de 94.4% consumió alcohol en el último año y el 70% consumió alguna vez en la vida, así mismo el 59% reporto tener problemas con el consumo de alcohol, entre el 20% y el 70% reporto tener contenidos relacionados con el consumo de alcohol en facebook y el 7.8 % reporta que los contenidos afecta su consumo, además se encontró correlación positiva entre la exposición a las imágenes en fiesta bebiendo con el consumo de alcohol ($\beta = 0.06$, $p < 0.05$).

Definición de términos

En este apartado se presenta la definición de las variables que se utilizaron en el presente estudio.

Sexo se considera como la característica biológica que diferencia al hombre de la mujer se reportara en términos de masculino y femenino.

Grado escolar este se refiere al semestre que el adolescente cursa en el momento de la entrevista.

Uso de Facebook es la utilización del sitio web llamado Facebook, donde el adolescente cuenta con lista de amigos, en el cual puede añadir o estar expuesto a fotos, videos y publicar mensajes relacionados con el consumo de alcohol. Esta variable se medirá en términos de frecuencia de uso y exposición a contenidos relacionados con el consumo de alcohol en los últimos 30 días.

La frecuencia del uso de Facebook se medirá en términos de días que utiliza Facebook en el último mes y semana, así como el promedio de horas en un día.

La exposición a contenidos relacionados con el consumo de alcohol en Facebook se medirá en términos de número de veces en que el adolescentes ha sido invitado a

eventos (fiestas), ha visto anuncios, publicaciones, grupos, fotos, páginas de amigos (fans) y aplicaciones en su muro donde se involucre el consumo de bebidas alcohólicas en los últimos 30 días. La variable será medida a través del Cuestionario de Uso de Facebook (Crow, 2013).

Consumo de alcohol es la ingesta de bebidas alcohólicas estándar en adolescentes, el cual puede incluir la ingesta de cerveza (355 ml), vino (148 ml) o destilados (44ml). Se medirá a través de la prevalencia alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes y en la última semana.

Prevalencia del consumo de alcohol, es el número de adolescentes que han consumido alcohol en un tiempo determinado sobre el total de la población en estudio multiplicada por 100. Se evaluaron a través de la prevalencia global (alguna vez en la vida), lápsica (en el último año), actual (en el último mes) e instantánea (en los últimos siete días).

Tipos de consumo de alcohol: corresponde a la ingesta de consumo por parte de los adolescentes en termino de frecuencia y cantidad, se clasifica en consumo sensato o sin riesgo, dependiente y dañino o perjudicial.

Consumo sensato (o sin riesgo) es la ingesta en un día típico de no más de 4 copas o bebidas estándar no más de tres veces por semana en el caso de los hombres y no más de dos copas o bebidas estándar no más de tres veces por semana en las mujeres.

Consumo dependiente es la ingesta de 5 a 9 copas en hombres y de 3 a 5 copas en mujeres en un día típico, además de presentar pérdida del control sobre el consumo, que hayan dejado de hacer o realizar actividades por el consumo de alcohol y consumo matutino.

Consumo dañino (o perjudicial) es la ingesta de 10 o más copas en hombres y 6 o más copas en mujeres en un día típico y que además se hayan presentado sentimientos de culpa tras el consumo, lagunas de memoria, lesiones relacionadas con el consumo de alcohol y que se preocupen por su consumo.

Objetivo general

Determina la relación del uso de Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes.

Objetivos específicos

1. Describir el uso de Facebook en adolescentes por sexo y semestre.
2. Describir la prevalencia de alcohol alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes por sexo y semestre
3. Describir los tipos de consumo de alcohol en los adolescentes por sexo y semestre

Capítulo II

Metodología

En el presente capítulo se describe el diseño del estudio, población, muestreo, muestra, los instrumentos de medición, además el procedimiento de recolección de datos, las consideraciones éticas y el análisis de los datos.

Diseño del estudio

El diseño del estudio fue descriptivo correlacional (Burns & Grove, 2004), donde se describen las variables uso de Facebook y consumo de alcohol en adolescentes, dado que se documentan aspectos de una situación que ocurre de manera natural, sin manipulación de variables. Se consideró correlacional ya que se determinó la relación entre las variables uso de Facebook y el consumo de alcohol en adolescentes.

Población, muestreo y muestra

La población del estudio se conformó por 3,019 adolescentes de ambos sexos, inscritos en Colegios de Educación Profesional Técnica del Municipio de San Nicolás de los Garza, Nuevo León. El tipo de muestreo que se utilizó fue aleatorio estratificado por plantel y semestre con una asignación proporcional de acuerdo a cada estrato. Se obtuvieron seis estratos. Dentro de cada estrato se utilizó un muestreo por conglomerados unietapico, el grupo en que se ubican los estudiantes formó el conglomerado, se seleccionaron 14 grupos de un total de 67 grupos.

El tamaño de la muestra se calculó a través del paquete estadístico n Query Advisor 4.0 (Elashoff, Dixon, Crede & Fotheringham, 2000), para una prueba bilateral, con un nivel de significancia del .05, potencia del 90%, para una correlación alterna del .15. Se obtuvo una muestra de 483 adolescentes considerando una tasa de no respuesta del 5% (Apéndice A).

Instrumentos de medición

En el presente estudio se utilizó una Cédula de Datos Personales y Prevalencias del Consumo de Alcohol (CDPyPCA), el Cuestionario de Identificación de Trastornos

debido al consumo de Alcohol (AUDIT) y Cuestionario de uso de Facebook (CUF).

La Cedula de Datos Personales y de Prevalencia de Consumo de Alcohol (Apéndice B), estuvo compuesta por dos secciones la primera contiene preguntas relacionadas con datos sociodemográficos como son la edad, el sexo, la escolaridad, ocupación y estado civil. La segunda sección consta de preguntas relacionada a la prevalencia del consumo de alcohol, donde contiene respuestas de forma dicotómica de si y no, se indaga sobre el consumo de alcohol de alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes, en los últimos siete días, así mismo contiene preguntas abiertas sobre la edad que inicio el consumo, tipo de bebidas y el número de copas que consume en un día típico.

El cuestionario AUDIT (Apéndice C), fue desarrollado por la Organización Mundial de la Salud (Babor et al., 2001) como un método simple de evaluación del consumo de alcohol y como un apoyo en la evaluación breve; posteriormente fue validado en población mexicana por De la Fuente y Kershenobich (1992). Consta de 10 reactivos que examinan el consumo de alcohol durante los últimos doce meses y sus consecuencias. Además consta de tres dominios, donde los reactivos del 1 al 3 determinan la cantidad y frecuencia del consumo de alcohol, los reactivos del 4 al 6 evalúan la posibilidad de que exista dependencia al alcohol y los reactivos 7, 8, 9 y 10 examinan el consumo dañino.

Cada pregunta cuenta con una serie de respuestas a elegir y cada respuesta tiene una escala de puntuación de 0 a 4, en general la puntuación igual o mayor a 1 en la pregunta 2 o la pregunta 3 indica un consumo de riesgo, así mismo una puntuación por encima de 0 en las preguntas de la 4 a la 6 implica la presencia o el inicio de una dependencia de alcohol y por último los puntos obtenidos en las preguntas de la 7 a la 10 indican que ya se están experimentando daños relacionados con el alcohol.

El cuestionario fue desarrollado a partir de un extenso estudio de validación realizado en seis países, los autores de este instrumento reportan una sensibilidad de

80% y una especificidad del 89% (De la Fuente y Kershenovich, 1992). El cuestionario ha sido aplicado en adolescentes del estado de Nuevo León, donde se ha obtenido un Alfa de Cronbach de .89 (Martínez, 2014).

Referente al uso de Facebook, se utilizó el Cuestionario de Uso de Facebook (CUF) (Apéndice D) desarrollado por Crow (2013), este instrumento ha sido aplicado en adolescentes de Estados Unidos, para fines de este estudio se realizó por primera vez en México la validación y adaptación transcultural para el idioma español a través del método traducción-retrotraducción con profesionales bilingües con el objetivo de buscar su equivalencia a nivel semántico, conceptual, de contenido, técnico y de criterio para el idioma español.

Una vez realizada las traducciones dos evaluadores midieron la equivalencia semántica de las distintas versiones y un comité de revisión formado por tres maestros en ciencias de enfermería diseñaron una primera versión del cuestionario. Posteriormente se realizó una prueba piloto para medir las propiedades psicométricas, el instrumento obtuvo un Alfa de Cronbach de .70. El comité de revisión, analizó los resultados obtenidos y se diseñó la segunda versión del cuestionario para la prueba definitiva (Carvajal, Centeno, Watson, Martínez & Sanz, 2011).

El CUF es un cuestionario auto aplicable que consta de 15 preguntas que cuantifica la frecuencia de uso Facebook y la exposición sobre contenidos relacionados con el alcohol en el perfil de los estudiantes. Las preguntas de la uno a la tres miden el uso de Facebook, en término de días que se utiliza Facebook en el último mes y semana, así como el promedio de horas en un día.

Las preguntas de la 4 a la 10 exploran la exposición a contenidos relacionados con el consumo de alcohol en Facebook a través del número de veces en que el adolescentes ha sido invitado a eventos (fiestas), ha visto anuncios, publicaciones, grupos, fotos, páginas de amigos (fans) y aplicaciones en su muro donde se involucre el consumo de bebidas alcohólicas en los últimos 30 días.

La pregunta 11 y 12 exploran la percepción de los adolescentes sobre la influencia del Facebook en el consumo. La pregunta 13, 14 y 15 indagan acerca del número de amigos que se tiene en Facebook, porcentaje de amigos que conoce en persona y dispositivo para acceder a Facebook.

Recolección de datos

Para la recolección de datos del presente estudio, se contó con la aprobación del Comité de Investigación y el Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, además se solicitó por escrito la autorización para la realización del estudio a los directivos dos colegios de educación profesional técnica; posteriormente se solicitó la lista de grupos de las instituciones, para obtener una muestra aleatorizada de grupos por estratos, donde los estratos correspondieron a la institución y semestre.

Una vez seleccionados los grupos, se pidió autorización para acudir a las aulas, en los horarios señalados por las autoridades, para interferir lo menos posible con las actividades académicas. Una vez en el aula se realizó la invitación a los adolescentes a participar en el estudio, además de explicar el propósito y entregar el consentimiento informado para padres de familia o tutores en el caso de los adolescentes menores de edad, así como el asentimiento para el participante y a los adolescentes mayores de edad se les entregó el consentimiento informado. Se acudió al aula al día siguiente para recolectar los consentimientos y asentimientos firmados; de haber aceptado participar se aplicó los cuestionarios en el aula, cabe destacar que ningún estudiante se negó a contestar los instrumentos.

Durante la aplicación de los instrumentos se pidió completa discreción, además de mantener silencio y en caso de tener dudas pudieron preguntar al investigador en forma ordenada, se entregó a cada participante los instrumentos en el siguiente orden: Cédula de Datos Personales y Prevalencias del Consumo de Alcohol (CDPyPCA), continuando con el cuestionario de Identificación de Trastornos por Consumo de

Alcohol (AUDIT) y el cuestionario del Uso de Facebook (CUF), al terminar de contestar se solicitó entregar los instrumentos al investigador para ser colocados en un sobre, al concluir se agradeció a los adolescentes por su participación, se les informó que la autora principal del estudio resguardara la información durante el proceso, captura y análisis, al término de ellos serán destruidos después de 12 meses de concluir el estudio.

Consideraciones éticas

El presente estudio se apegó a los establecido en el reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud (SS, 1987). La cual tiene antecedentes específicos que garantizan el bienestar y dignidad de los participantes que forman parte de la investigación.

Se tomó en cuenta lo estipulado en el Artículo 13 del Capítulo I, donde se declara que en la investigación con seres humanos debe prevalecer el respeto a su dignidad, protección a sus derechos y bienestar, por lo tanto los datos obtenidos serán confidenciales y se respaldó la decisión del adolescente de participar en el estudio o abandonar la investigación en el momento que lo desee, además de otorgar un trato respetuoso y profesional al participante.

En referencia con el Capítulo I, Artículo 14, Fracción VII se contó con el dictamen favorable del Comité de Investigación y del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Enfermería de la UANL.

De acuerdo con el Capítulo I, Artículo 16 que establece la protección a la privacidad del participante, por lo que los cuestionarios no incluyeron el nombre del participante, además están resguardados por el autor principal del estudio por un lapso de doce meses y al vencimiento de este, serán destruidos y los resultados se expondrán en forma general nunca en forma individual.

De acuerdo con el Capítulo I y III, Artículos 20 y 26 se establece que el estudio se debe ajustar a los principios científicos y éticos; así mismo la participación de los estudiantes en el estudio fue de forma voluntaria, se entregó el consentimiento

informado por escrito del padre de familia o tutor del participante si era menor de edad (Apéndice F); además el asentimiento del participante (Apéndice E). A los mayores de edad solo se entregó el consentimiento informado (Apéndice G).

El consentimiento informado se ajustó a los descrito en el Capítulo I, Artículo 21, Fracción I, II, III, IV, VII y VIII y Artículo 22, donde se indica que el consentimiento y asentimiento informado por escrito deben de explicar de manera clara cuales son los objetivos, justificaciones, procedimientos, beneficios y riesgos de la investigación, así mismo su libre elección de participar, y la opción de retirar su consentimiento en cualquier momento que lo decidiera y poder preguntar si le surgiera alguna duda al adolescente.

Es importante señalar que el estudio se consideró de riesgo mínimo en virtud de que solo se cuestionó respecto al consumo de alcohol y uso de Facebook, lo que pudo provocar sentimientos negativos al respecto, sin embargo esta situación no se presentó, no obstante se reforzó el compromiso de anonimato y se les indicó la opción de dar por terminada su participación si así lo desearan. Lo anterior en base en lo establecido en el Capítulo I, Artículos 17, Fracción II.

En referencia al Capítulo V, Artículo 57 y 58 Fracción I y II, se entiende por grupos subordinados a los adolescentes, se realizó la investigación en estos grupos posterior a la aprobación de la comisión de ética, se consideró la participación o rechazo de los sujetos a intervenir o retirar su consentimiento durante el estudio, se les informo que no afectaría su situación escolar y los resultados de la investigación no serán utilizados en perjuicio de los participantes.

Análisis de datos

Los datos fueron procesados en el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) para Windows versión 22.0. Se utilizó estadística descriptiva para obtener frecuencias, proporciones, medidas de tendencia central (medias y medianas) y de variabilidad (desviación estándar) y estadística inferencial para dar

respuesta a los objetivos. La consistencia interna de los instrumentos se determinó a través del coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach.

Se realizó la prueba de bondad de ajuste para Kolmogorov- Smirnov con corrección del Lilliefors para determinar la normalidad en la distribución de las variables continuas, los resultados mostraron que las variables no presentaron una distribución normal por lo que se seleccionó la estadística inferencial no paramétrica.

Para dar respuesta al objetivo general que propone determinar la relación del uso de Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes, se utilizó el Coeficiente de Correlación de Spearman. Para responder al objetivo uno el cual busca describir el uso de Facebook en adolescentes por sexo y semestre se utilizaron frecuencias, proporciones y medidas de tendencia central y variabilidad, así mismo se aplicó la prueba de U de Mann- Whitney y la Prueba de Kruskal- Wallis.

Para dar respuesta al objetivo dos que describe la prevalencia de alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes, así como los tipos de consumo de alcohol en los adolescentes por sexo y semestre, se utilizó estadística descriptiva a través de frecuencias, proporciones y estimaciones puntuales con un intervalo de confianza (IC) del 95%. Así mismo se aplicó la prueba de Chi Cuadrada de Pearson para describir las prevalencias por sexo y semestre. Como hallazgo adicional se utilizó un modelo de regresión logística.

Capítulo III

Resultados

En este capítulo se describen los resultados del estudio uso de Facebook y consumo de alcohol en los adolescentes, realizado en 483 estudiantes inscritos en bachilleratos de San Nicolás de los Garza, Nuevo León. Los datos se presentan de la siguiente manera: en primer lugar la consistencia interna del instrumento, en segundo lugar la estadística descriptiva de los datos sociodemográficos, posteriormente descripción de variables del estudio y finalmente se presenta la estadística inferencial para dar respuesta a los objetivos planteados.

Consistencia interna de los instrumentos

Tabla 1

Consistencia Interna de los Instrumentos

Instrumento	<i>n</i>	Reactivos	α
Cuestionario de Identificación de Trastornos por Uso de Alcohol (AUDIT)	294 ^a	1-10	.79
Frecuencia y Cantidad		1-3	.80
Dependencia		4-6	.63
Perjudicial		7-10	.60
Cuestionario del Uso de Facebook (CUF)	466 ^b	1-19	.84
Frecuencia		1-3	.68
Exposición de uso de redes		4-10	.86

Nota: $n^a=294$ muestra parcial consumo de alcohol en el último año, $n^b= 466$ muestra parcial de adolescentes con una cuenta de Facebook, $\alpha=$ Alpha de Cronbach.

La tabla 1 presenta la consistencia interna del AUDIT y CUF, mostrando un Coeficiente de Alpha de Cronbach aceptables (Polit & Hungler, 1999).

Estadística descriptiva de las variables de estudio

Tabla 2

Descripción de los datos sociodemográficos

Variable	<i>f</i>	%
Sexo		
Femenino	247	51.1
Masculino	236	48.9
Semestre		
Segundo	188	38.9
Cuarto	143	29.6
Sexto	152	31.5
Estado civil		
Soltero	465	96.3
Divorciado	2	0.4
Casado	7	1.4
Unión libre	8	1.7
Separado	1	0.2
Ocupación		
Estudio	368	76.2
Estudio y trabajo	115	23.8

Nota: *f* = Frecuencia, % = Porcentaje, *n* = muestra total *n* = 483

El promedio de edad de los participantes fue de 17.03 ($DE = 1.17$), los años de escolaridad presentaron una media de 11.21 ($DE = 1.09$). En la tabla 2 se muestran datos sociodemográficos como sexo, semestre, estado civil y ocupación, donde el 51.1% de los adolescentes son mujeres, el 38.9% se encuentran en segundo semestre seguido de sexto (31.5%) y cuarto semestre (29.6%), así mismo en referencia al estado civil el 96.3% refirió ser solteros y en cuanto a la ocupación el 23.8% mencionó estudiar y trabajar.

Tabla 3

Descripción de frecuencia de Facebook

	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	Mínimo	Máximo
Días de uso de Facebook por semana	5.8	7.0	1.75	0.0	7.0
Horas de uso de Facebook por día	5.4	4.0	5.03	0.1	24.0
Días de uso Facebook en los últimos 30 días	22.1	27.5	9.5	1.0	30.0

Nota: \bar{X} = media, *Mdn*=mediana, *DE*=Desviación estándar, n^b = muestra

parcia (adolescentes con cuenta de Facebook)

$n^b = 466$

De la muestra total de adolescentes el 96.5% refirió contar con una cuenta de Facebook. En la tabla 3 se muestra la descripción de frecuencias de uso Facebook, en la cual se puede observar que el promedio de los días de uso de Facebook por semana es de 5.8 (*DE* = 1.75). Respecto a las horas de uso de Facebook por día se observa una media de 5.4 (*DE* = 5) y en relación a los días de uso en los últimos 30 días de 22.1 (*DE* = 9.5).

Tabla 4

Descripción de dispositivos para acceder a Facebook

Variable	<i>f</i>	%
Computadora de escritorio	32	6.9
Laptop	33	7.1
Celular	381	81.8
Tabletas electrónicas	20	4.3

Nota: *f* = Frecuencia, % = Porcentaje, n^b = muestra parcia

(adolescentes con cuenta de Facebook)

$n^b = 466$

La tabla 4 muestra los tipos de dispositivos más frecuentes para acceder a Facebook, los resultados muestran que los adolescentes acceden al uso de Facebook en mayor proporción por medio de celulares (78.9%) seguido de computadoras y tabletas.

Tabla 5

Descripción de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días

	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	Mínimo	Máximo
Invitación a fiestas	5.2	3.0	7.7	0.0	30
Anuncios comerciales	6.5	2.0	9.6	0.0	30
Grupos de Facebook	5.2	1.0	8.5	0.0	30
Fotografías	9.5	5.0	10.6	0.0	30
Páginas de figuras públicas	5.7	1.0	9.1	0.0	30
Aplicaciones	3.3	0.0	7.7	0.0	30
Publicaciones en el muro	6.5	2.0	9.4	0.0	30

Nota: \bar{X} = media, *Mdn*=mediana, *DE*=Desviación estándar, n^b = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) $n^b = 466$

La tabla 5 muestra la descripción de exposición de contenidos sobre el consumo de alcohol en Facebook durante los últimos 30 días, se destaca que la forma de exposición más frecuente es por medio de fotografías con una media de 9.5 veces durante los últimos 30 días, seguido de anuncios comerciales (*Mdn*=6.5, *DE*=9.6) y publicaciones en muro (*Mdn*=6.5, *DE*=9.4]).

Tabla 6

Percepción de los adolescentes sobre la influencia del Facebook en consumo de alcohol

Variable	<i>f</i>	%
Facebook ha afectado tu consumo de alcohol		
No	423	90.8
Si	43	9.2
Facebook ha afectado a otros amigos en su consumo de alcohol		
No	315	67.6
Si	151	32.4

Nota: *f* = Frecuencia, % = Porcentaje, n^b = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) $n^b = 466$

La tabla 6 muestra que el 9.2% refirió que el uso de facebook afecta su consumo de alcohol, así mismo el 32.4% refiere que el uso de facebook afecta el consumo de sus amigos o iguales.

Tabla 7

Prevalencias de consumo de alcohol

Prevalencia de consumo de alcohol	<i>f</i>	%	IC 95%	
			LI	LS
Alguna vez en la vida	369	76.4	72	80
En el último año	294	60.9	56	65
En el último mes	191	39.5	35	43
En la última semana	116	24.0	20	27

Nota: *f* = Frecuencia, IC 95% = Intervalo de confianza del 95%, *n*^a=483

LI= límite inferior; *LS*= límite superior, *n* = muestra total

La tabla 7 muestra las prevalencias del consumo de alcohol de los adolescentes, el 76.4% refiere haber consumido alcohol alguna vez en la vida, el 60.9% en el último año, el 39.5% refiere haber consumido en el último mes y el 24% en la última semana.

Tabla 8

Tipo de bebidas alcohólicas consumidas por adolescentes

Variable	<i>f</i>	%
Cerveza	244	50.5
Tequila	171	35.4
Vodka	140	29.0
Vino	130	26.9
Bebidas preparadas	226	46.8

Nota: *f* = Frecuencia, % = Porcentaje, *n*^a=294 muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año) *n*^a =483

La tabla 8 muestra los tipos de bebidas alcohólicas consumidas por los adolescentes, se muestra que la bebida de preferencia por los adolescentes es la cerveza seguida de bebidas preparadas, tequila, vodka y vino.

A continuación se muestran los datos descriptivos de la información recolectada con el AUDIT por reactivo. De acuerdo a la primera pregunta del AUDIT ¿Qué tan

frecuente ingieres bebidas alcohólicas?; se encontró que de los adolescentes que refirieron consumir alcohol en el último año el 20.1% y 13.3% lo consumen de dos a tres veces por semana o cuatro o más veces por semana respectivamente. Por otra parte, en el segundo reactivo ¿Cuántas cervezas o copas de bebida alcohólica sueles tomar en un día típico de los que bebes?, se observa que una mayor proporción de los participantes consumen 1 o 2 bebidas en un día típico.

Tabla 9

Datos descriptivos del primer reactivo del AUDIT.

Pregunta	Nunca		Una o menos veces al mes		De 2 a 4 veces al mes		De 2 a 3 veces a la semana		Cuatro o más veces a la semana	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
1. ¿Qué tan frecuente ingieres bebidas alcohólicas?	1	0.2	136	46.3	59	20.1	59	20.1	39	13.3

Nota: *f* = Frecuencia % = Porcentaje, $n^a=294$ muestra parcial

(adolescentes que consumieron alcohol en el último año)

$n^a = 294$

Tabla 10

Datos descriptivos del segundo reactivo del AUDIT.

Pregunta	1 o 2		3 o 4		5 o 6		7 a 9		10 o más	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
2. ¿Cuántas cervezas o copas de bebida alcohólica sueles tomar en un día típico de los que bebes?	115	39.1	81	27.6	51	17.3	19	6.5	28	9.5

Nota: *f* = Frecuencia % = Porcentaje, $n^a=294$ muestra parcial

(adolescentes que consumieron alcohol en el último año)

$n^a = 294$

Tabla 11

Datos descriptivos de los reactivos 3 al 8 del AUDIT.

Pregunta	Nunca		Menos de una vez al mes		Mensualmente		Semanalmente		Diario o casi a diario	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
3. ¿Con qué frecuencia tomas 6 o más bebidas alcohólicas en una misma ocasión?	115	39.1	102	34.7	34	11.6	40	13.6	3.0	1.0
4. Durante el último año, ¿con qué frecuencia no pudiste parar de beber una vez que habías comenzado?	236	80.3	40	13.6	9.0	3.1	8.0	2.7	1.0	0.3
5. Durante el último año ¿con qué frecuencia dejaste de hacer algo que debías haber hecho por beber?	236	80.3	42	14.3	6.0	2.0	8.0	2.7	2.0	0.7
6. Durante el último año ¿con qué frecuencia bebiste por la mañana después de haber bebido en exceso el día anterior?	212	72.1	60	20.4	7.0	2.4	13	4.4	2.0	0.7
7. Durante el último año ¿con qué frecuencia tuviste remordimientos o te sentiste culpable después de haber bebido?	213	72.4	63	21.4	10	3.4	5	1.7	3.0	1.0
8. Durante el último año ¿con qué frecuencia no pudiste recordar lo que sucedió o algo de lo que pasó cuando estabas bebiendo?	224	76.2	54	18.4	11	3.7	3	1.0	2	0.7

Nota: *f* = Frecuencia % = Porcentaje, $n^a=294$ muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año)

$n^a = 294$

La tabla 11 muestra los datos descriptivos correspondientes a las preguntas tres, cuatro, cinco, seis, siete y ocho del AUDIT. Respecto a la tercer pregunta, una mayor proporción de participantes (39.1%) indicaron nunca beber seis o más bebidas alcohólicas en una misma ocasión. No obstante se destaca que un 13.6% respondió beber seis o más bebidas por semana. Por otra parte, en la pregunta cuatro un 13.6% de los participantes señaló que menos de una vez al mes tuvieron problemas para parar de beber una vez que comenzaron. En el quinto reactivo casi la totalidad de la muestra (80.3%) informó que durante el último año nunca dejaron de hacer algo que debían hacer por ir a beber, no obstante 14.3% dejó de hacer algo por beber menos de una vez al mes.

En el sexto reactivo del AUDIT una quinta parte de los adolescentes (20.4%) indicaron que menos de una vez al mes bebieron por la mañana después de haber bebido en exceso el día anterior. Así mismo, el 21.4% y el 18.4% de los participantes señalaron que menos de una vez al mes tuvieron remordimientos después de haber bebido, y tuvieron problemas para recordar lo que sucedió mientras estaban bebiendo, respectivamente.

Tabla 12

Datos descriptivos del noveno y décimo reactivo del AUDIT.

Pregunta	No		Sí, pero no en el último año		Sí, en el último año	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
9. ¿Te has lastimado o alguien ha resultado lastimado como consecuencia de tu ingestión de alcohol?	254	86.4	27	9.2	13	4.4
10. ¿Algún familiar, amigo o médico se ha mostrado preocupado por la forma en que bebes, o te han sugerido que le bajas a tu forma de beber?	238	81.0	28	9.5	27	9.2

Nota: *f* = Frecuencia % = Porcentaje, $n^a=294$
muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año)

$n^a = 294$

En la tabla 12

En lo que concierne a la tabla 12 los últimos dos reactivos del AUDIT, destaca que 4.4% de participantes indicaron haberse lastimado o lastimado a alguien como consecuencia de la ingesta de alcohol en el último año y 9.2% reportaron que algún familiar, amigo o médico se mostrara preocupado por su forma de beber.

Tabla 13

Frecuencias y proporciones del puntaje del AUDIT.

Puntaje	<i>f</i>	%	Porcentaje acumulado
0	1	.3	0.3
1	42	14.3	14.6
2	37	12.6	27.2
3	23	7.8	35.0
4	27	9.2	44.2
5	17	5.8	50.0
6	17	5.8	55.8
7	27	9.2	65.0
8	15	5.1	70.1
9	9	3.1	73.1
10	13	4.4	77.6
11	8	2.7	80.3
12	10	3.4	83.7
13	13	4.4	88.1
14	7	2.4	90.5
15	4	1.4	91.8
16	6	2.0	93.9
17	3	1.0	94.9
18	4	1.4	96.3
19	2	.7	96.9
20	2	.7	97.6
21	1	.3	98.0
23	1	.3	98.3
24	1	.3	98.6
25	2	.7	99.3
26	1	.3	99.7
32	1	.3	100.0

Nota: *f* = Frecuencia % = Porcentaje, *n*^a = muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año)

n^a = 294

El puntaje promedio de los participantes se considera que está por debajo del punto de corte para un consumo perjudicial de alcohol (8 puntos), a lo cual se agrega que el 65% de los participantes está por debajo de este puntaje, mientras que el 35% restante tiene un consumo perjudicial de alcohol (ver tabla 13). Además, el 3% de los participantes tuvo 20 puntos o más, lo cual puede sugerir una posible dependencia a las bebidas alcohólicas de acuerdo al Manual del AUDIT (OMS, 2001).

Tabla 14

Tipos de consumo de alcohol

Tipos de consumo de alcohol	<i>f</i>	%	IC 95%	
			LI	LS
Sensato	150	31.1	26	35
Dependiente	132	27.3	23	31
Perjudicial	133	27.5	23	31

Nota: *f* = Frecuencia, IC 95% = Intervalo de confianza del 95%, $n^a = 294$

LI= límite inferior; *LS*= límite superior, n^a = muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año)

En la tabla 14 se muestran los tipos de consumo de alcohol en los adolescentes, se destaca el consumo sensato con 31.1%, seguido del consumo perjudicial con 27.5% y consumo dependiente 27.3%.

Tabla 15

Prueba de normalidad para las variables continuas de la cédula de datos y puntuaciones de AUDIT

Variable	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>Mín.</i>	<i>Máx.</i>	<i>D^a</i>	<i>p</i>
Edad	483	17.0	17	1.1	15	21	.200	.001
Escolaridad en años	483	11.2	11	1.0	9.0	18	.182	.001
Edad de inicio alcohol	369	15.3	15	1.7	9.0	19	.188	.001
Cantidad de bebidas consumidas en un día típico	369	3.1	2.0	3.6	0.0	24	.212	.001
Puntuación AUDIT	294	6.8	5.5	5.5	0.0	32	.144	.001
Puntuación consumo de riesgo	294	2.2	2.0	2.1	0.0	8	.203	.001

Puntuación síntomas de dependencia	294	0.9	0.0	1.6	0.0	9.0	.285	.001
Puntuación consumo perjudicial	294	1.6	0.0	2.4	0.0	13	.297	.001

Nota: \bar{X} = media, Mdn =mediana, DE =Desviación estándar, Min =mínima, Max = máxima, p =valor de p , n = muestra total $n = 483$

La tabla 15 se muestra la descripción de las variables continuas sobre datos personales y puntuaciones del AUDIT, se destaca que la media de edad fue de 17 años ($DE = 1.1$), respecto a los años de escolaridad un promedio de 11.2 años ($DE = 1.9$), y de la edad de inicio de consumo de alcohol fue de 15.3 años y ($DE = 1.7$), cabe destacar que la cantidad de bebidas consumidas en un día típico es de 3.1 ($DE = 3.6$). Por otra parte se destaca que los adolescentes tuvieron un promedio de 6.8 puntos totales en el AUDIT ($DE = 5.5$), lo cual se ubica en un consumo de riesgo. En lo que respecta a las sub escalas, la mayor media correspondió al consumo de riesgo, seguido por la sub escala de consumo perjudicial y la sub escala de consumo de dependencia. Ninguna de las variables antes descritas tuvo una distribución normal.

Tabla 16

Prueba de normalidad para las variables de frecuencia de uso de Facebook y exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en los últimos 30 días.

Variable	\bar{X}	Mdn	DE	$Min.$	$Máx.$	D^a	p
Días de uso de Facebook por semana	5.8	7.0	1.75	0.0	7.0	.420	.001
Horas de uso de Facebook por día	5.4	4.0	5.0	0.1	24	.180	.001
Días de uso en los últimos 30 días	22.1	27.5	9.5	1.0	30	.279	.001
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	5.2	3.0	7.7	0.0	30	.229	.001
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	6.5	2.0	9.6	0.0	30	.240	.001
Grupos de Facebook que involucren alcohol	5.2	1.0	8.5	0.0	30	.255	.001
Fotografías que involucren alcohol	9.5	5.0	10.6	0.0	30	.184	.001
Páginas de figuras públicas con	5.7	1.0	9.1	0.0	30	.253	.001

contenidos de alcohol							
Aplicaciones que involucren alcohol	3.3	0.0	7.7	0.0	30	.359	.001
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	6.5	2.0	9.4	0.0	30	.221	.001
Índice de exposición en Facebook sobre contenidos de alcohol	20.1	11.4	22.6	0.0	100	.165	.001
Nota: \bar{X} = media, Mdn =mediana, DE =Desviación estándar, Min =mínima,							$n = 483$

Max = máxima, p =valor de p , n = muestra total

En lo que respecta a la descripción de la variable del uso de Facebook se presenta la tabla 16, los resultados indican una media de 5.8 días ($DE = 1.7$) de uso de Facebook por semana, y un promedio de 5.4 horas de uso de Facebook por día ($DE = 5.0$), respecto a los indicadores sobre la exposición de contenidos sobre el consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días se destaca que los más frecuentes son las fotografías, seguido de los anuncios comerciales, publicaciones del muro, páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol, invitaciones a fiestas y grupos de facebook. Cabe destacar que para fines de manejo estadístico de las exposiciones sobre el consumo de alcohol en Facebook las preguntas del CUF del cuatro al diez se convirtieron en índice del cuales se obtuvo un valor que oscila de cero a 100, lo que indica que a mayor puntuación mayor es la exposición de contenidos que involucran el consumo de alcohol en Facebook, la media de este índice fue de 20.1 ($DE = 22.6$). Ninguno de los indicadores sobre el uso de Facebook mostró distribución normal, dado que se identificó significancia de acuerdo al estadístico Kolmogorov- Smirnov con corrección del Lilliefors. Por esta razón se optó por el uso de pruebas no paramétricas para dar respuesta a los objetivos del estudio.

Estadística inferencial

En este apartado se presentan los resultados de la estadística inferencial para dar respuesta a los objetivos del estudio. Para dar respuesta al objetivo número uno que menciona describir el uso de Facebook en adolescentes por sexo y semestre se presentan

los resultados de las tablas 17 a la 18.

Tabla 17

Prueba U de Mann-Whitney para las variables de frecuencia de uso de Facebook por sexo

Uso de Facebook	Sexo	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	<i>p</i>
Días de uso por semana	Hombres	226	5.6	7	1.9	22631.0	.001
	Mujeres	240	6.2	7	1.4		
Horas de uso por día	Hombres	226	4.8	3	4.8	21564.5	.001
	Mujeres	240	6	5	5.1		
Días de uso en los últimos 30 días	Hombres	226	20.9	25	9.7	23169.5	.004
	Mujeres	240	23.2	30	9.1		

Nota: \bar{X} = media, *Mdn*=mediana, *DE*=Desviación estándar, *U*=Prueba U de Mann-Whitney, *p* = valor de *p*, *n^b* = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) *n^b* = 466

En la tabla 17 se muestra la prueba de U de Mann-Whitney para observar las diferencias de la frecuencia de uso de Facebook por sexo, los resultados muestran que existe diferencias significativas destacando medias y medianas de frecuencia de uso mayores en las mujeres que en los hombres.

Tabla 18

Prueba U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días por sexo

Uso de Facebook	Sexo	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	Valor de <i>p</i>
Índice de exposición de alcohol en Facebook	Hombres	226	15.6	8.5	18.1	22352.0	.001
	Mujeres	240	24.3	14.2	25.4		
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	Hombres	226	4.5	2.0	6.7	25067.5	.149
	Mujeres	240	6.0	3.0	8.4		
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	Hombres	226	5.4	1.0	8.9	23419.0	.008
	Mujeres	240	7.5	3.0	10.8		
Grupos de Facebook que involucren alcohol	Hombres	226	3.9	1.0	7.0	23387.5	.007
	Mujeres	240	6.4	2.0	9.6		
Fotografías que involucren alcohol	Hombres	226	7.7	4.0	9.5	22523.0	.001
	Mujeres	240	11.1	6.0	11.2		
Páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol	Hombres	226	4.1	0.0	7.6	22505.0	.001
	Mujeres	240	7.3	2.0	10.1		

Aplicaciones que involucren alcohol	Hombres	226	2.0	0.0	5.6	23704.0	.004
	Mujeres	240	4.5	0.0	9.1		
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	Hombres	226	5.0	1.0	8.1	23122.5	.004
	Mujeres	240	7.9	3.0	10.3		

Nota: \bar{X} = media, Mdn =mediana, DE =Desviación estándar, U =Prueba U de Mann-Whitney, p = valor de p , n^b = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) $n^b = 466$

En la tabla 18 se observan los resultados de la prueba U de Mann-Whitney para la variable de exposición de contenidos sobre el consumo de alcohol por sexo, los datos muestran que existen diferencias significativas en el índice general de exposición destacando puntuaciones mayores en la medias y mediana en el grupo de mujeres. Cabe destacar que al observar cada uno de los indicadores de exposiciones sobre contenido de alcohol en Facebook se mostraron diferencia significativa en la mayoría de ellos observando mayor exposición en las mujeres que en los hombres, exceptuando las invitaciones a fiestas donde se involucra alcohol donde no se mostraron diferencias.

Tabla 19

Prueba Kruskal- Wallis para las variables de frecuencia de uso de Facebook por semestre

	Semestre	n	\bar{X}	Mdn	DE	H	p
Uso de Facebook							
Días de uso por semana	Segundo	182	5.8	7.0	1.8	3.0	.142
	Cuarto	142	6.2	7.0	1.5		
	Sexto	142	5.9	7.0	1.7		
Horas de uso por día	Segundo	182	5.5	4.0	5.2	12.5	.002
	Cuarto	142	6.5	5.0	5.5		
	Sexto	142	4.4	3.0	3.8		
Días de uso en los últimos 30 días	Segundo	182	21.9	26	9.3	.473	.789
	Cuarto	142	21.8	28	10.1		
	Sexto	142	22.7	28	9.1		

Nota: \bar{X} = media, Mdn =mediana, DE =Desviación estándar, H = Prueba Kruskal- Wallis, p = valor de p , n^b = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) $n^b = 466$

En la tabla 19 se muestra las diferencias de frecuencia de uso de Facebook por semestre, los resultados de la prueba Kruskal-Wallis destacaron diferencias significativas solo en las horas de uso por día observando que los adolescentes de cuarto semestre mostraron promedios de uso de horas más altos.

Tabla 20

Prueba Kruskal-Wallis para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días por semestre

Uso de Facebook	Semestre	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>H</i>	Valor de <i>p</i>
Índice de exposición de alcohol en Facebook	Segundo	182	18	9.5	20.3	3.8	.145
	Cuarto	142	20.1	10	24.5		
	Sexto	142	22.7	15.2	23.2		
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	Segundo	182	5.3	3	7.7	.643	.725
	Cuarto	142	5.7	3	8.5		
	Sexto	142	4.7	2	6.8		
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	Segundo	182	5.7	1	8.9	4.81	.090
	Cuarto	142	5.9	2	9.2		
	Sexto	142	8	2	10.6		
Grupos de Facebook que involucren alcohol	Segundo	182	5.3	1	8.5	.292	.864
	Cuarto	142	5.5	1.5	9.2		
	Sexto	142	4.8	1	8		
Fotografías que involucren alcohol	Segundo	182	8.1	4	9.7	6.416	.040
	Cuarto	142	9.5	5	10.8		
	Sexto	142	11.3	7	11.2		
Páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol	Segundo	182	5.2	1	8.8	1.138	.566
	Cuarto	142	5.6	1	9.5		
	Sexto	142	6.4	2	9.3		
Aplicaciones que involucren alcohol	Segundo	182	3	.00	7.5	1.557	.437
	Cuarto	142	2.9	.00	7.5		
	Sexto	142	4.3	.00	8.3		
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	Segundo	182	5	.00	8.3	13.1	.001
	Cuarto	142	6.7	1	10		
	Sexto	142	8.2	4.5	9.8		

Nota: \bar{X} = media, *Mdn*=mediana, *DE*=Desviación estándar, *H*= Prueba Kruskal- Wallis, *p* = valor de *p*, *n^b* = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) *n^b* = 466

La tabla 20 se muestra la prueba Kruskal–Wallis para las variables e índice de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los

últimos 30 días por semestre, los resultados no mostraron diferencias significativas en el índice de exposición, no obstante se mostró diferencia en la exposición de fotografías y publicaciones en el muro que involucran contenidos de consumo de alcohol observando mayor exposición en los adolescentes de sexto semestre.

Para dar respuesta al objetivo dos que menciona describir la prevalencia del consumo de alcohol alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes y en la última semana por sexo y semestre, se presentan las tablas 21 y 22.

Tabla 21

Prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida, en último año y en el último mes y últimos siete días por sexo

Prevalencia de Consumo de alcohol	Hombres		Mujeres		Total		95% IC	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	LI	LS
Alguna vez en la vida ^a	180	76.3	189	76.5	369	76.4	72	80
En el último año ^b	152	64.4	142	57.5	294	60.9	56	65
En el último mes ^c	99	41.9	92	37.2	191	39.5	35	43
En últimos 7 días ^d	64	27.1	52	21.1	116	24	20	27

Nota: IC= Intervalo de confianza; LI= límite inferior; LS= límite superior

n=483

^a $\chi^2=0.004$, *p*=.949; ^b $\chi^2=2.66$, *p*=.102; ^c $\chi^2=1.11$, *p*=.291; ^d $\chi^2=2.43$, *p*=.119

En la tabla 21 se muestra las prevalencias del consumo de alcohol por sexo, los resultados de la prueba de Chi cuadrada de Pearson muestran que no existe diferencia de las prevalencias del consumo alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes, en la última semana por sexo.

Tabla 22

Prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida, en último año y en el último mes y últimos siete días por semestre

Prevalencia de	Semestre								IC 95%	
	Segundo		Cuarto		Sexto		Total		LI	LS
Consumo de alcohol	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%		
Alguna vez en la vida ^a	120	63.8	115	80.4	134	88.2	369	76.	72	80
								4		
En el último año ^b	92	48.	90	62.9	112	73.7	294	60.	56	65
		9						9		
En el último mes ^c	50	26.	61	42.7	80	52.6	191	39.	35	43
		6						5		
En últimos 7 días ^d	30	16.	35	24.5	51	33.6	116	24.	20	27
		0						0		

Nota: IC= Intervalo de confianza; LI= límite inferior; LS= límite superior
^a $\chi^2=29.4$, $p<.001$; ^b $\chi^2=21.97$ $p<.001$; ^c $\chi^2=24.65$, $p<.001$; ^d $\chi^2=14.28$ $p<.001$

$n=483$

La tabla 22 muestra los intervalos de confianza para las prevalencias del consumo de alcohol alguna vez en la vida, en último año y en el último mes y últimos siete días por semestre, donde el consumo de los adolescentes de sexto semestre muestra mayor porcentaje en comparación con otros semestres, así mismo se encontró diferencias significativas en las prevalencias de alguna vez en la vida ($\chi^2 = 29.4$, $p = .001$), en el último año ($\chi^2 = 21.97$, $p = .001$), en el último mes ($\chi^2=24.65$, $p=.001$) y en los últimos 7 días ($\chi^2 = 14.28$ $p=.001$).

Para dar respuesta al objetivo tres que menciona describir los tipos de consumo de alcohol por sexo y semestre se presentan las tablas de la 23 y 24.

Tabla 23

Prueba U de Mann-Whitney para los puntajes de AUDIT por sexo

	Sexo	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	<i>p</i>
AUDIT	Hombre	152	7.32	6.00	5.62	9437.5	.062

	Mujeres	142	6.29	5.00	5.45		
Sensato	Hombre	152	2.45	2.00	2.42	9515.0	.074
	Mujeres	142	1.97	1.00	2.00		
Dependiente	Hombre	152	1.09	0	1.73	10270.5	.429
	Mujeres	142	0.89	0	1.57		
Perjudicial	Hombre	152	1.73	0	2.44	10059.0	.270
	Mujeres	142	1.47	0	2.42		

Nota: \bar{X} = media, Mdn =mediana, DE =Desviación estándar, U = U de Mann-Whitney, p = valor de p , n^a = muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año) $n^a = 294$

La tabla 23 muestra la prueba U de Mann-Whitney para los puntajes de AUDIT por sexo, los resultados no mostraron diferencias significativas entre hombres y mujeres.

Tabla 24

Prueba Kruskal-Wallis para los puntajes de AUDIT por semestre

	Semestre	N	\bar{X}	Mdn	DE	H	Valor de p
AUDIT	Segundo	95	5.6	4.0	5.1	10.95	.004
	Cuarto	91	6.7	6.0	5.2		
	Sexto	111	7.9	7.0	5.9		
Sensato	Segundo	95	1.6	1.0	1.9	10.08	.001
	Cuarto	91	2.1	1.0	2.2		
	Sexto	111	2.7	2.0	2.1		
Dependiente	Segundo	95	0.7	0.0	1.6	10.40	.006
	Cuarto	91	0.9	1.0	1.3		
	Sexto	111	1.2	1.0	1.8		
Perjudicial	Segundo	95	1.4	0.0	2.1	.730	.694
	Cuarto	91	1.5	0.0	2.2		
	Sexto	111	1.8	0.0	2.7		

Nota: \bar{X} = media, Mdn =mediana, DE =Desviación estándar, H = Prueba Kruskal-Wallis, p = valor de p , n^a = muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año) $n^a = 294$

La tabla 24 muestra la diferencias del consumo de alcohol ($H=10.95$, $p=.004$) por semestres, siendo más alto el consumo de los adolescentes de sexto semestre con una media de ($\bar{X} = 7.9$, $Mdn = 7.0$), así mismo presenta diferencia significativa en el consumo sensato ($H = 10.08$, $p < .001$) por semestre.

Para dar respuesta al objetivo general que el cual es determinar la relación del uso de Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes, se presenta las siguientes

tablas.

Tabla 25

Coefficiente de Correlación de Spearman para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol y puntuaciones de AUDIT

Variable	AUDIT	Sensato	Dependiente	Perjudicial
Índice de Exposición de contenidos que involucran alcohol	.221**	.203**	.169**	.155**
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	.201**	.172**	.220**	.124*
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	.176**	.163**	.098	.169**
Grupos de Facebook que involucren alcohol	.128*	.124*	.092	.096
Fotografías que involucren alcohol	.161*	.141*	.112	.102
Páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol	.192*	.155*	.144*	.132*
Aplicaciones que involucren alcohol	.166*	.163*	.140*	.113
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	.239**	.218**	.200**	.171*

Nota: ** $p < .001$; * $p < .05$ n^a = muestra parcial (adolescentes que consumieron alcohol en el último año) $n^a = 294$

La tabla 25 muestra Coeficiente de Correlación de Spearman para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol y puntuaciones de AUDIT, donde muestra índice de exposición de contenidos que involucran alcohol se relacionó positiva y significativamente con el consumo del alcohol ($r = .221$, $p < .001$), con el consumo sensato, dependiente y lo que significa que a mayor índice de exposición de contenidos que involucran alcohol, mayor frecuencia de consumo, mayor dependencia y consumo perjudicial. Así mismo se relaciona positiva y significativamente la exposición a Invitación y fiestas donde se involucre alcohol con el consumo sensato, dependiente y

consumo prejudicial, además muestra significancia las publicaciones en el muro que involucren alcohol en relación a las variables del consumo de alcohol.

Tabla 26

Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida

Variable	Consumo de alcohol alguna vez en la vida	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	<i>p</i>
Índice de Exposición de contenidos que involucran alcohol	No	107	14.37	6.66	20.35	14430.5	.001
	Si	359	21.81	13.80	22.98		
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	No	107	3.44	0.00	6.37	14004.5	.001
	Si	359	5.83	3.00	7.99		
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	No	107	4.47	0.00	8.42	15024.5	.001
	Si	359	7.15	2.00	9.89		
Grupos de Facebook que involucren alcohol	No	107	3.81	0.00	7.41	15962.5	.005
	Si	359	5.67	2.00	8.88		
Fotografías que involucren alcohol	No	107	7.30	3.00	9.12	16583.0	.030
	Si	359	10.16	5.00	10.92		
Páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol	No	107	4.16	0.00	7.69	17268.0	.093
	Si	359	6.22	1.00	9.55		
Aplicaciones que involucren alcohol	No	107	2.74	0.00	6.34	18692.5	.608
	Si	359	3.53	0.00	8.15		
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	No	107	4.22	0.00	7.76	15679.5	.003
	Si	359	7.22	2.00	9.76		

Nota: \bar{X} = media, *Mdn*=mediana, *DE*=Desviación estándar, *U*= U de Mann-Whitney, *p* = valor de *p*, *n^b* = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) *n^b* = 466

La tabla 26 muestra la prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida donde se encontró diferencia significativa con el índice de exposición de contenidos que involucran alcohol y el consumo de alcohol alguna vez en

la vida ($U = 14430.5, p < .001$), así mismo la variable consumo de alcohol alguna vez en la vida se relacionó positiva y significativamente con las invitaciones a fiestas donde involucren alcohol ($\bar{X} = 5.83, p < .001$), los anuncios comerciales con contenidos de alcohol ($X = 7.15, p < .003$), los grupos de facebook que involucren alcohol ($\bar{X} = 5.67, p < .005$) y las publicaciones en el muro que involucren alcohol ($\bar{X} = 7.22, p < .003$).

Tabla 27

Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en el último año

Variable	Consumo de alcohol en último año	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	<i>p</i>
Índice de Exposición de contenidos que involucran alcohol	No	180	15.01	7.14	19.43	19499.0	.001
	Si	286	23.31	14.76	23.83		
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	No	180	4.25	1.00	7.27	20336.0	.001
	Si	286	5.93	3.00	7.92		
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	No	180	4.91	0.50	8.51	21005.5	.001
	Si	286	7.55	2.00	10.15		
Grupos de Facebook que involucren alcohol	No	180	3.77	0.00	7.05	21082.0	.001
	Si	286	6.17	2.00	9.33		
Fotografías que involucren alcohol	No	180	6.97	3.00	9.05	20478.5	.001
	Si	286	11.10	7.00	11.18		
Páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol	No	180	4.45	0.00	8.00	22620.5	.020
	Si	286	6.57	2.00	9.79		
Aplicaciones que involucren alcohol	No	180	2.61	0.00	6.37	25161.0	.618
	Si	286	3.82	0.00	8.51		
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	No	180	4.53	0.00	7.86	20581.5	.001
	Si	286	7.79	3.00	10.09		

Nota: \bar{X} = media, *Mdn*=mediana, *DE*=Desviación estándar, *U*= U de Mann-Whitney, *p* = valor de *p*, n^b = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) $n^b = 466$

La tabla 27 muestra la prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en el último año donde se encontró diferencias entre la mayoría de las variables excepto las páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol y las aplicaciones que involucran contenido de alcohol, además el índice de exposición presenta una media de ($\bar{X}= 23.31$, $U= 19499.0$, $p<.001$).

Tabla 28

Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en el último mes

Variable	Consumo de alcohol en Último mes	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	<i>p</i>
Índice de Exposición de contenidos que involucran alcohol	No	281	16.13	8.09	19.91	18673.5	.001
	Si	185	26.13	16.66	25.05		
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	No	281	4.34	2.00	7.05	19990.0	.001
	Si	185	6.72	4.00	8.43		
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	No	281	5.22	1.00	8.58	21409.0	.001
	Si	185	8.52	3.00	10.75		
Grupos de Facebook que involucren alcohol	No	281	4.11	0.00	7.55	20607.0	.001
	Si	185	6.95	2.00	9.74		
Fotografías que involucren alcohol	No	281	7.79	4.00	9.55	20476.5	.001
	Si	185	12.11	8.00	11.55		
Páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol	No	281	4.60	0.00	8.22	21228.5	.020
	Si	185	7.50	2.00	10.27		
Aplicaciones que involucren alcohol	No	281	2.77	0.00	6.95	23992.5	.618
	Si	185	4.22	0.00	8.82		
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	No	281	5.03	0.00	8.39	19666.5	.001
	Si	185	8.81	4.00	10.40		

Nota: \bar{X} = media, *Mdn*=mediana, *DE*=Desviación estándar, *U*= U de Mann-Whitney, *p* = valor de *p*, *n^b* = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook)
n^b = 466

n=466

La tabla 28 muestra la prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en el último mes, donde se muestra diferencia significativa entre las variables índice de exposición de contenidos que involucren alcohol y el consumo de alcohol en el último mes ($U= 18673.5, p<.001$); así mismo no se presentó diferencia significativa entre las variables páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol y aplicaciones que involucren alcohol.

Tabla 29

Prueba de U de Mann-Whitney para las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol en la última semana

Variable	Consumo de alcohol en Los últimos 7 días		n	\bar{X}	Mdn	DE	U	p
	No	Si						
Índice de Exposición de contenidos que involucran alcohol	No	Si	356	17.06	8.80	20.37	13226.0	.001
			110	29.95	22.85	26.47		
Invitación a fiestas donde se involucre alcohol	No	Si	356	4.67	2.00	7.25	15044.0	.001
			110	7.25	4.00	8.78		
Anuncios comerciales con contenidos de alcohol	No	Si	356	5.32	1.50	8.56	14862.0	.001
			110	10.46	5.00	11.68		
Grupos de Facebook que involucren alcohol	No	Si	356	4.34	1.00	7.82	14632.0	.001
			110	8.14	3.50	10.23		
Fotografías que involucren alcohol	No	Si	356	8.38	4.00	9.91	14876.5	.001
			110	13.17	10.00	11.88		
Páginas de figuras públicas con contenidos de alcohol	No	Si	356	4.78	0.00	8.35	14709.0	.001
			110	8.90	4.50	10.97		
Aplicaciones que involucren alcohol	No	Si	356	2.87	0.00	7.05	18018.0	.086
			110	4.90	0.00	9.61		
Publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol	No	Si	356	5.44	1.00	8.66	14300.0	.001
			110	10.05	6.00	10.86		

Nota: \bar{X} = media, Mdn =mediana, DE =Desviación estándar, U = U de Mann-Whitney, p = valor de p , n^b = muestra parcia (adolescentes con cuenta de Facebook) $n^b = 466$

La tabla 29 muestra la relación entre las variables consumo de alcohol en los últimos 7 días y las exposiciones de contenidos sobre alcohol en Facebook, donde el índice de exposición de contenidos que involucran alcohol muestran diferencia significativa, entre el consumo de alcohol en los últimos 7 días ($U = 13226.0, p < .001$); además no se presentó relación positiva significativa en la variable Aplicaciones que involucren alcohol.

Como hallazgos adicionales se realizó un modelo de Regresión Logística de las variables de índice de exposición sobre el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en el último año que mostró un efecto significativo ($\beta = .018, p < .001$).

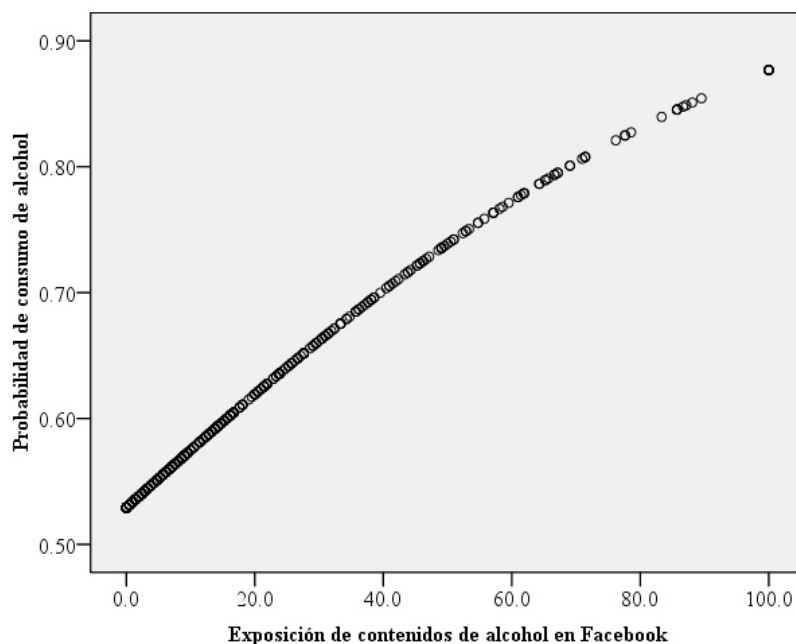


Figura 1. *Efectos de la exposición de contenidos de alcohol en Facebook sobre la probabilidad del consumo de alcohol*

Capítulo IV

Discusión

El presente estudio permitió explorar la relación entre el uso de Facebook y el consumo de alcohol en adolescentes. En una muestra probabilística de 483 adolescentes de dos bachilleratos técnicos del área metropolitana del estado de Nuevo León.

En cuanto al perfil sociodemográfico de los participantes se observa que la media de edad fue de 17.03 ($DE=1.17$) esto concuerda con lo reportado por Ridout, Campbell y Ellis (2012), Moreno et al. (2010), Moreno et al. (2014) y Epstein (2011). Este perfil es congruente con las edades que se estipulan en la adolescencia (10 a 19 años) según la OMS (2015). Conforme al género se observó que el sexo femenino (51.1%) el cual es ligeramente predomina sobre el sexo masculino (48.9%) esto coincide con lo reportado por Moreno et al. (2010), Epstein (2011) y Huang et al (2013) estos hallazgos coinciden con lo reportado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011) donde desde hace 35 años se empezó a notar un ligero incremento en la cantidad de mujeres respecto a los hombres.

La escolaridad muestra una media de 11.21 ($DE=1.09$) donde el 38.9% se encuentran en segundo semestre seguido de sexto (31.5%) y cuarto semestre (29.6%), referente al estado civil el 96.3% menciono ser soltero y el 23.8% mencionó estudiar y trabajar. El contexto familiar y las condiciones socioeconómicas juegan un papel crucial en la integración productiva de los adolescentes en la sociedad, por lo cual se ven obligados a estudiar he integrar el trabajo (Alcázar, 2001).

En referencia al uso de Facebook de la muestra totas de adolescentes el 96.5% refirió contar con una cuenta; donde se observó el promedio de los días de uso de Facebook por semana es de 5.8 ($DE=1.75$). Respecto a las horas de uso de Facebook por día se observa una media de 5.4 ($DE=5$) y en relación a los días de uso en los últimos 30 días de 22.1 ($DE=9.5$), lo cual coincide con Fournier y Clarke (2011) y Crow (2013) donde se observa en sus estudios que la mayoría de los adolescentes en la actualidad

cuentan con redes sociales electrónicas y dedican una cantidad considerable de horas al ingresar a ellas donde pueden estar expuestos a contenidos sobre el consumo de alcohol. Facebook en la actualidad es la red social más grande del mundo, y el lugar que ocupa no es un hecho accidental, se debe a los múltiples beneficios que aporta. Gracias a ella los adolescentes viven en un mundo abierto, accesible y en contacto con los demás.

En relación a las formas de exposición sobre contenidos de alcohol en Facebook en los últimos 30 días se destaca que las fotografías son la forma de exposición más frecuente, seguido de anuncios comerciales y publicaciones en muro; lo cual coincide con Founier y Clarker (2011), Egan y Moreno (2011) y Crow (2013) donde en sus estudios los adolescentes informaron que fueron expuestos al alcohol a través de las diversas funciones de Facebook y predominaron las fotografías. Esto refleja que las fotografías son posiblemente el medio más importante del adolescentes para la construcción de su imagen, de acuerdo El-Sahili (2012) menciona que cada vez que se comparte una fotografía es el medio para observar la consecuencia de la publicación, cuantos “me gusta” obtuvo, comentarios o etiquetas, esta interacción genera la imagen pública, y permite percibir al adolescente la aprobación del consumo de alcohol.

También los adolescentes en estos estudios refieren que el facebook afecta su consumo de alcohol, es importante destacar que en los resultados del presente estudio el 8.9% refirió que el uso de facebook afecta su consumo de alcohol y el 31.3% refiere que el uso de facebook afecta el consumo de sus amigos o iguales, es importante mencionar que los adolescentes no perciben su propio riesgo, no obstante perciben en mayor medida el riesgo para sus amigos e iguales.

Respecto a la edad de inicio de consumo de alcohol fue de 15.34 ($DE=1.72$), estos hallazgos concuerdan con lo reportado en la encuesta Nacional de Adicciones (2011) donde la edad de inicio del consumo de alcohol inicia a los 17 o menos años de edad, lo cual es alarmante ya que en el presente estudio el consumo comienza a temprana edad. Cabe destacar que la cantidad de bebidas consumidas en un día típico es

de 3.19 ($DE=3.65$) lo que coincide con lo reportado por Armendáriz (2012), lo cual puede se puede entender como un consumo sensato de acuerdo a lo establecido por De la Fuente y Kershenobich (1992). A pesar de que el consumo de alcohol es ilegal en los adolescentes, es evidente que el acceso a bebidas alcohólicas en los adolescentes es cada vez más, lo que pone en manifiesto la poca regulación que existe ate esta situación.

En lo que corresponde a las prevalencias del consumo de alcohol de los adolescentes, el 76.4% refiere haber consumido alcohol alguna vez en la vida, el 60.9% en el último año, el 39.5% refiere haber consumido en el último mes y el 24% en la última semana; estos datos concuerdan con lo reportado por la ENA (2011) en la población general de 12 a 65 años y sobrepasan los porcentajes de la población de 12 a 17 años lo cual es preocupante ya que los adolescentes que iniciaron con el consumo de alcohol probablemente continuaran con esta conducta, lo cual puede llevar a un consumo perjudicial o dependiente (Babor, 2001). En relación a los tipos de consumo se destaca que el 31.1% de los adolescentes presentan un consumo con riesgo, 27.3% con riesgo a dependencia y el 27.5% con consumo perjudicial.

De acuerdo al primer objetivo el cual describe el uso de Facebook en adolescentes por sexo y semestre, se observaron diferencias en la frecuencia de uso de Facebook y a la variable de exposición de contenidos sobre el consumo de alcohol por sexo los resultados muestran que existen diferencias significativas destacando medias y medianas de frecuencia de uso mayor en las mujeres que en los hombres

Cabe destacar que al observar cada uno de los indicadores de exposiciones sobre contenido de alcohol en Facebook se mostraron diferencia significativa en la mayoría de ellos observando mayor exposición en las mujeres que en los hombres, exceptuando las invitaciones a fiestas donde se involucra alcohol donde no se mostraron diferencias. Estos resultados muestran discrepancia de lo encontrado por Crow (2013) donde los hombres son quienes tienen mayor uso de Facebook y se encuentran en mayor exposición a contenidos sobre el consumo de alcohol. Es evidente que en la mayoría de

los aspectos de salud existen diferencias entre hombres y mujeres, es posible que los aspectos culturales puedan dar explicación a estas diferencias, en relación a las publicaciones de Facebook se puede explicar que el hombre culturalmente trata de ser percibido como poderoso, importante o interesante, lo que lo impulsa mostrar imágenes con consumo de alcohol para reflejar esta imagen de poder. Mientras que las mujeres son más expuestas a estos contenidos dado que ella trata de mostrar imagen bella y atractiva (Shaili, 2012).

Así mismo se muestra las diferencias de frecuencia de uso de Facebook por semestre donde destacaron diferencias significativas solo en las horas de uso por día observando que los adolescentes de cuarto semestre mostraron promedios de uso de horas más altos y para las variables e índice de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook en los últimos 30 días por semestre, los resultados no mostraron diferencias significativas en el índice de exposición, no obstante se mostró diferencia en la exposición de fotografías y publicaciones en el muro que involucran contenidos de consumo de alcohol observando mayor exposición en los adolescentes de sexto semestre, lo anterior refleja que la escolaridad va a la par con la edad, indicando así que a mayor edad y mayor escolaridad aumenta el consumo de alcohol en los adolescentes.

Respecto al segundo objetivo el cual describe la prevalencia del consumo de alcohol alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes y en la última semana, así como los tipos de consumo de alcohol por sexo y semestre; se observó que en las prevalencias del consumo de alcohol por sexo no existe diferencia significativa de las prevalencias global, lápsica, actual e instantánea por sexo; así mismo los resultados no mostraron diferencias significativas entre hombres y mujeres para el tipo de consumo.

El consumo de alcohol ha ido aumentando de manera significativa en el sexo femenino pero aun así el consumo en población general lo siguen presentado los hombres, el incremento de esta sustancia en mujeres se pudiera explicar por múltiples factores entre uno de ellos por los cambios socioculturales. Sin embargo el consumo

dañino sigue predominante en el sexo masculino lo cual representa un alto riesgo para la salud (SS, CENADIC, INPRF & INSP, 2011)

En relación a las prevalencias del consumo de alcohol por semestre, se encontró que el consumo de los adolescentes de sexto semestre muestra mayor porcentaje en comparación con otros semestres, esto concuerda con lo reportado por Méndez y Muñoz (2008) quienes identificaron los riesgos para el consumo de alcohol, es su estudio se muestra que los adolescentes con mayor edad y escolaridad aumenta el consumo de alcohol; es importante mencionar que el hecho de tener mayor escolaridad y edad brinda mayor grado de libertad lo cual puede fomentar la presencia de esta conducta.

Respecto al objetivo general que el cual es determinar la relación del uso de Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes, se observó que existe relación positiva y significativa con el consumo de alcohol entre las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol y puntuaciones de AUDIT ($r=0.221$, $p<.001$), con la frecuencia, dependencia y consumo perjudicial lo que significa que a mayor exposición de contenidos que involucran alcohol, mayor es puede ser la frecuencia de consumo, la dependencia y el consumo perjudicial, además mostro relación positiva para la exposición a contenidos de alcohol, en las invitación a fiestas donde se involucre alcohol y en las publicaciones en el muro que involucren consumo de alcohol.

Esto coincide con lo reportado por Fournier y Clarke (2011), Huang (2013), Ridout et al. (2012) y Moreno et al (2014) ellos reportaron relación entre el uso de Facebook con el consumo de alcohol, además en sus estudios mencionan los medios de mayor exposición a contenidos y destacan que existe relación entre el número de amigos y la cantidad de exposición a contenidos con alcohol

Respecto a las variables de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol por prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida donde se encontró diferencia significativa con el índice de exposición de contenidos que involucran alcohol y el consumo de alcohol alguna vez en la vida ($U=14430.5$, $p<.001$), así mismo la

variable consumo de alcohol alguna vez en la vida se relacionó positiva y significativamente con las invitaciones a fiestas donde involucren alcohol ($X=5.83$, $p<.001$), los anuncios comerciales con contenidos de alcohol ($X=7.15$, $p<.003$), los grupos de facebook que involucren alcohol ($X=5.67$, $p<.005$) y las publicaciones en el muro que involucren alcohol ($X=7.22$, $p<.003$).

Para profundizar en estos hallazgos se aplicó un modelo de regresión logística para las variables de índice de exposición sobre el consumo de alcohol en el último año, los resultados mostraron un efecto significativo, es decir a medida que se incrementa la exposición de contenidos que involucran el consumo de alcohol en Facebook mayor es la probabilidad del consumo de alcohol en un año. Estos resultados son similares a los presentados por Huang (2013).

Debido al uso generalizado de Facebook entre los estudiantes, Facebook tiene el potencial de tener un impacto en la percepción del consumo de alcohol entre pares, comportamiento relacionado con el consumo de alcohol, y la intención de las referencias por pantalla pares. Estudiantes de sexo masculino, en particular los estudiantes de nuevo ingreso, podrán ver de Facebook referencias de alcohol y favorecer en el guapo el desarrollo normas sociales y actitudes permisibles entre sus pares que pudieran favorecer la intención de su consumo.

En el futuro, Facebook puede presentar una nueva forma de evaluación de las necesidades de intervención en estudiantes. Además de los recursos de detección e intervención actuales, Facebook podría ser utilizado para detectar el abuso de alcohol en estudiantes. Las investigaciones futuras deberían examinar el uso de las referencias de Facebook como una forma de predecir el comportamiento de alcohol de alto riesgo. Facebook puede ser una herramienta útil también para difundir información sobre los programas de sensibilización de los problemas que provoca el consumo de alcohol entre adolescentes, consejería breve, actividades sociales como alternativas para los estudiantes. También el Facebook muestra una posibilidad no amenazante para acercarse

al estudiante y así proporcionar intervenciones de enfermería.

Conclusiones

Los resultados de este estudio permitieron verificar empíricamente la relación entre el uso de Facebook y el consumo de alcohol de los adolescentes. Con base a los hallazgos encontrados se concluye que el 76.4% de los adolescentes han consumido alcohol alguna vez en la vida, el 60.9% en el último año, el 39.5% refiere haber consumido en el último mes y el 24% en la última semana.

En relación al uso de Facebook el 96.5% refirió contar con una cuenta de Facebook, así mismo los días de uso de Facebook por semana es de 5.8 días, las horas se usó de Facebook por día son de 5.4 y los días de uso en los últimos 30 días de 22.1.

Existen diferencias significativas en el índice general de exposición de contenidos sobre consumo de alcohol en Facebook por sexo, destacando puntuaciones más altas en mujeres, así mismo no se mostró diferencia significativa por sexo.

Se mostró relación positiva de la exposición de contenidos de consumo de alcohol en Facebook y el consumo de alcohol. A mayor exposición mayor probabilidad de consumo de alcohol en los adolescentes.

Recomendaciones

Estos resultados permiten reflexionar sobre la implicación que tienen las redes sociales en la adquisición de conductas dañinas a la salud y deben de ser base para el diseño de intervenciones de enfermería en la prevención del consumo de alcohol en adolescentes

Continuar realizando estudios sobre la influencia que tienen las redes sociales sobre el consumo de otras sustancias adictivas en poblaciones diferentes para comparar y rectificar los hallazgos del presente estudio.

Con base a los resultados anteriores y con el objetivo de profundizar en el conocimiento en estudios próximos se recomienda implementar intervenciones de

enfermería por medio de redes sociales electrónicas enfocadas a la consejería breve para la prevención de consumo de alcohol, con la finalidad de tener diversas estrategias para enfrentar las adicciones y así disminuir o evitar el consumo de alcohol.

Referencias:

- Alcanzar, L., & Redon, S. (2001). Trabajando y estudiando en América latina rural: decisiones críticas de la adolescencia. Recuperado de http://www.researchgate.net/profile/Lorena_Alcazar/publication/238775004_TRABAJANDO_Y_ES_TUDIANDO_EN_AMRICA_LATINA_RURAL_DECISIONES_CRTICAS_DE_LA_ADOLESCENCIA/links/53ff4a5a0cf21ac8791d46e7.pdf
- Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Revista Científica de Educomunicacion*, 20(40), 127-135.
- Armendáriz, G.N.A., Alonso C.M.M., Moral, R.J., López, G.K.S. & Alonso, C.B.A. Factores que influyen en el consumo de alcohol en estudiantes universitarios. *Revista Científica Electrónica de Psicología* . 13, 115-135.
- Asociación Mexicana de internet [AMIPCI]. (2011). *Hábitos de los Usuarios de Internet en México*. Recuperado de <http://www.amipci.org.mx/?P=amipci>
- Asociación Mexicana de internet [AMIPCI]. (2013). *Hábitos de los Usuarios de Internet en México*. Recuperado de <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=348&Type=1>
- Babor, T.F., Higgins-Biddle, J.C., Saunders, J.B., & Monteiro, M.G. (2001). *Cuestionario de identificación de los trastornos debidos al consumo de alcohol [AUDIT]*. Generalitat Valenciana, Conselleria de Benestar Social.
- Bernal, C., Angulo F., & Cadiz. (2013). Interacciones de los Jóvenes Andaluces en las Redes Sociales. *Revista Científica de Educomunicacion*, 20(40), 25-30.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer- Mediated communication*, 13(1), 210-130.
- Bruns, N. & Grove, S.K. (2004). *Investigación de Enfermería (3ª Ed)*, España: Elsevier. 209-251.
- Carvajal, A., Centeno, C., Watson, R., Martínez, M., & Sanz-Rubiales, A. Á. (2011).

- ¿Cómo validar un instrumento de medida de la salud? *Revisiones*, 34 (1), 63-72
- Colas, P., González, T., & Sevilla, J. P. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Revista Científica de Educomunicacion*, 20(40), 15-23.
- Crow, B. M. (2013). Does Facebook Impact College Student' Alcohol Consumption? Recuperado de <http://ehs.siu.edu/her/announcements/Dissertation%20-%20Brent%20Crow%20-%202012.9.13.pdf>
- De la Fuente, J.R., & Kershenovich, D. (1992). El consumo como problema médico. *Revista de facultad de medicina de la UNAM*, 35 (2), 47-51.
- Elashoff, J., Dixon, J. W., Crede, K. M., & Fotheringham, N. (2000). nQuery Advisor [Programa de computadora]. Boston MA: © Release, 4.
- El-Shaili, L., F. (2014). *Psicología de Facebook. Vislumbrando los fenómenos psíquicos, complejidad y alcance de la red social más grande del mundo*. Universidad de Guanajuato. Guanajuato, México.
- Epstein, J.A., (2011). Adolescent computer use and alcohol use: What are the role of quantity and content of computer use? *Addictive Behaviors*, 36(5), 520–522.
- Facebook (2014). Recuperado de <https://www.facebook.com/>
- Fernández, S.N., (2013) Trastornos de conducta y redes sociales en internet. *Salud Mental*. 36(6), 521-527
- Fournier, A.K., & Clarke, S.W. (2011). Do College Students use Facebook to Communicate about Alcohol? An Analysis of Student Profile Pages. *Cyberpsychology*, 5(2), 1-12.
- Glassman, T. (2012), Implications for college student posing picture of themselves drinking alcohol on facebook. *Journal of Alcohol & Drug Education*. 56(1), 38-58.
- Griffiths, R. & Casswell, S. (2010). Intoxicogenic Digital Spaces? Youth, Social Networking Sites and Alcohol Marketing. *Drug and Alcohol Review*. 29(5):525-30.

- Hernandez, A. M. (2007). *Epidemiología diseño y análisis de estudios. Instituto Nacional de Salud Pública*. México: Ed. Medica Panamericana.
- Huang, G., C., Unger, J., B., Soto, D., Fujimoto, K., Pentz, M, A., Marsh, M,J., & Valente, T.,W. (2013). Peer Influences: The Impact of Online and Offline Friendship Networks on Adolescent Smoking and Alcohol Use. *Journal of Adolescent Health*, 54(5), 508-514.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], (2011). Mujeres y Hombres en México. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/sociodemografico/mujeresyhombres/2011/MyH2011.pdf
- Instituto Nacional de Psiquiatría Ramon de la Fuente Muñiz, Instituto Nacional de Salud Pública. (2012). *Encuesta Nacional de Adicciones 2011: Reporte de alcohol*. Mexico, D.F Recuperado de http://portal.salud.gob.mx/sites/salud/descargas/pdf/ENA_2011_ALCOHOL.pdf.
- Maistor, S.A., Connors, G.J., & Dearing, R. L.(2008). *Trastornos por Consumo de Alcohol*. México: Manual Moderno.
- Martínez, M.R. (2014). Valores y su relación con el consumo de alcohol y tabaco en adolescentes de preparatoria. (Tesis de maestría no publicada) Facultad de Enfermería. Universidad Autónoma de Nuevo León. México.
- Moreno, M. A., Briner, L. R., Williams, A., Walker, L., & Christakis, D. A. (2009). Real Use or “Real Cool”: Adolescents Speak Out About Displayed Alcohol References on Social Networking Websites. *Journal of Adolescent Health* 45(1), 420–422
- Moreno, M. A., Briner, L. R., Williams, A., Walker, L., & Christakis, D. A. (2010). A Content Analysis of Displayed Alcohol References on a Social Networking Web Site. *Journal of Adolescent Health* 47(1), 168–175.
- Moreno, M. A., Kacvinsky, L. E., Pumper, M., Wachowski, L., & Whitehill, J. M. (2013). Associations between social media displays and event-specific

- alcohol consumption by college students. *NIH Public Access*. 112(6): 251–256.
- Moreno, M. A., D'Angelo, J., Kacvinsky, L.E., Kerr, B., Zhang, C., Eickhoff, J. (2014). Emergence and predictors of alcohol reference displays on Facebook during the first year of college. *Computers in Human Behavior*. 30(1), 87-94.
- Organización mundial de la salud [OMS], (2011).Alcohol. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/es/>
- Organización mundial de la salud [OMS], (2014). Alcohol. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/es/>
- Organización mundial de la salud [OMS], (2015).Salud de los adolescentes. Recuperado de http://www.who.int/topics/adolescent_health/es/
- Ridout, B., Campbell, A., & Ellis, L.(2012). Off your Face (book): Alcohol in online social identity constructions and its relation to problem drinking in university students. *Drug & Alcohol Review*, 31(1), 20-26.
- Santos, F. R. (1989). El concepto de red social. Recuperado de <http://www.jstor.org/discover/10.2307/40183465?uid=3738664&uid=2&uid=4&sid=21103797689961>
- Secretaria de Salud. (2009).Norma Oficial Mexicana [NOM-028-SSA2].Para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones. Diario Oficial de la Federación.
- Secretaria de Salud [SS], (1987). Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud.
- Villatoro et al. (2012) Actualidades en las Adicciones 2012. Consumo de Alcohol y Tabaco en México. Recuperado de http://www.conadic.salud.gob.mx/publicaciones/libros_avances.html
- Westgate, E.C., Neighbors, C., Heppener, H., Jahn, S., & Lindgren, K.P. (2013). “I Will Take a Shot for Every ‘Like’ I Get on This Status”:Posting Alcohol-Related Facebook Content Is Linked to Drinking Outcomes. *National Institute on*

Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA). 390- 398

Apéndice

Apéndice A

Descripción de la Muestra					
Estrato	Dependencia	Semestre	Grupos	Alumnos	Grupo de la muestra
1	San Nicola de los Garza I	2	17	776	3
2	San Nicola de los Garza I	4	11	497	2
3	San Nicola de los Garza I	6	7.3	327	2
4	Don José María Hernández	2	13	579	3
5	Don José María Hernández	4	10	443	2
6	Don José María Hernández	6	9	397	2
	Total		67	3019	14

Apéndice B

Cédula de Datos Personales y Prevalencia del Consumo de Alcohol (CPDyPCA)

La información proporcionada es confidencial, por lo que se te solicita leer con atención las siguientes indicaciones y contestar adecuadamente cada una de ellas.

Instrucciones: Marcar las respuestas con una X o llenar el espacio en blanco, recuerda solo marcar una respuesta, es importante no dejar preguntas sin contestar.

I.- Datos Sociodemográficos

1.- Edad: _____ 2.- Sexo: Femenino _____ Masculino _____

3.- Escolaridad en años: _____ 5.-Semestre: _____

6.- Estado Civil:

Soltero		Divorciado		Viudo	
Casado		Unión libre		Separado	

7.- Ocupación: Estudio Estudio y trabajo

8.- Si trabaja especifique en que trabajas: _____

II.- Prevalencia del Consumo de Alcohol

9.- ¿Has consumido alcohol alguna vez en la vida?	SI	NO
10.- ¿Has consumido alcohol en el último año?	SI	NO
11.- ¿Has consumido alcohol en el último mes?	SI	NO
12.- ¿Has consumido alcohol en la última semana?	SI	NO
13.- ¿A qué edad iniciaste a consumir alcohol?	_____ años	
14.- ¿Cuántas copas consumes en un día típico?	_____	
15.- ¿Qué tipo de bebida alcohólica has consumido?		
Cerveza SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tequila SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Vodka SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Vino SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Bebidas Preparadas SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Otra
16.- ¿Cuentas con una cuenta en Facebook?	SI	NO

Apéndice C

Cuestionario de Identificación de Trastornos por Uso de Alcohol

Instrucciones: Por favor lee cuidadosamente las siguientes preguntas y subraya la respuesta que consideres más cercana a tu realidad, recuerda la información que proporciones será completamente confidencial

<p>1.-¿Qué tan frecuente consumes alguna bebida alcohólica? (cerveza, tequila, vodka, vino)</p> <p>(0) Nunca (1) Una o menos veces (2) De 2 a 4 veces al mes (3) De 2 a 3 veces al mes (4) 4 o más veces al mes</p>	<p>6.-Durante el último año ¿Qué tan frecuentemente bebiste la mañana siguiente después de que bebiste en exceso el día anterior?</p> <p>(0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario</p>
<p>2.- ¿Cuántas bebidas tomas en un día típico de los que bebes?</p> <p>(0) 1 o 2 (1) 3 o 4 (2) 5 o 6 (3) 7, 8, o 9 (4) 10 o mas</p>	<p>7.- Durante el último año ¿Qué tan frecuentemente te sentiste culpable o tuviste remordimiento por haber bebido?</p> <p>(0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario</p>
<p>3.- ¿Qué tan frecuente tomas seis o más bebidas alcohólicas en un día típico de los que bebes?</p> <p>(0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario</p>	<p>8.- Durante el último año ¿Con que frecuencia no pudo recordar algo de lo que sucedió algo de lo que paso cuando estaba bebiendo?</p> <p>(0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario</p>
<p>4.- Durante este último año ¿Te ocurrió que no pudiste parar de beber una vez que habías empezado?</p> <p>(0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario</p>	<p>9.- ¿Te has lesionado o alguien ha resultado herido a consecuencia de tu consumo de alcohol? (peleas, accidentes automovilísticos).</p> <p>(0) No (2) Si, pero no en el curso del último año (4) Si, el último año</p>
<p>5.- Durante el último año ¿Qué tan frecuentemente dejaste de hacer algo que deberías de haber hecho por beber?</p> <p>(0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario</p>	<p>10.- ¿Algún familiar, amigo, medico se ha preocupado por la forma en la que bebes o te han sugerido que le bajas a tu forma de beber?</p> <p>(0) No (2) Si, pero no en el curso del último año (4) Si, el último año</p>

Apéndice D

Cuestionario del Uso de Facebook (CUF)

Instrucciones: Lee y responde cuidadosamente las siguientes preguntas, se te pide de la manera más amable contestar todas las preguntas, procura que tus respuestas sean lo más cercanas a tu realidad.

1.- ¿En promedio cuantos días usas Facebook a la semana?		9.- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días has visto aplicaciones en Facebook que involucren alcohol?		
2.- ¿En promedio cuantas horas usas Facebook en un día?		10.- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días has visto publicaciones en el muro que involucren alcohol?		
3.- ¿Durante los últimos 30 días cuantas días utilizaste Facebook?		11.- ¿Sientes que el uso de Facebook ha afectado tu consumo de alcohol?	SI	NO
4.- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días ha sido invitado por medio de Facebook a una fiesta que involucre el consumo de alcohol?		12.- ¿Sientes que el uso de Facebook ha afectado a otros amigos en su consumo de alcohol?	SI	NO
5.- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días has visto anuncios de alcohol en Facebook?		13.- ¿En promedio cuantos amigos en total tienes en Facebook?		
6.- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días has visto grupos en Facebook que involucren alcohol?		14.- ¿Cuántos amigos realmente conoces en persona?		
7.- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días has visto fotos en Facebook que involucren alcohol?		15.- ¿Comúnmente a través de que dispositivo accedes con mayor frecuencia a Facebook?		
8.- ¿Cuántas veces en los últimos 30 días has visto páginas de figuras públicas en Facebook que involucren alcohol?		1) Ninguno 2) Computadora de escritorio 3) Laptop 4) Celular 5) Tablet		

Apéndice E
Asentimiento Informado para el Adolescente

Título del Proyecto:

“Uso de Facebook y Consumo de Alcohol en Adolescentes”

Autor del estudio: Lic. Paola Jazmín De Anda Robledo

Director de tesis: Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo

Introducción:

Nos interesa conocer la relación que existe entre el uso de Facebook y el consumo de alcohol en adolescentes. Por lo cual se te invita a participar en el estudio, el cual es una actividad académica con fines científicos. Al decidir sobre tu participación, debes conocer el propósito del estudio, los riesgos y beneficios, así como la descripción del procedimiento. Si decides aceptar participar en el estudio deberás firmar este asentimiento.

Propósito del Estudio:

El propósito de la investigación es explorar la relación del uso del Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes. Los resultados pueden revelar la influencia que tienen las redes sociales en un comportamiento. Los resultados podrán utilizarse en el desarrollo de intervenciones virtuales de enfermería para la prevención del consumo de alcohol.

Descripción del Procedimientos:

Si decides participar en el estudio se te solicitarán algunos datos personales, además de que contestaras algunas preguntas sobre el consumo de alcohol, así como preguntas sobre la frecuencia de uso de Facebook y que tantos contenidos observas sobre el consumo de alcohol en Facebook.

Los cuestionarios se te aplicarán dentro de la escuela y se respetará el horario establecido, para no interrumpir tus actividades escolares programadas. La aplicación de los cuestionarios tendrá una duración aproximada de 20 minutos.

Así mismo la información que proporcionas será conocida solamente por la autora del estudio y será resguardada por un máximo de 12 meses y posteriormente destruida. No se te identificara por tu nombre o dirección en ninguno de los cuestionarios. Podrás retirar tu consentimiento para participar en cualquier momento que desees. De ser así, esto no afectará tu situación escolar.

Riesgos

No existe un riesgo real en tu participación en el estudio. Sin embargo, si te llegaras a sentir incómodo con los temas abordados en las encuestas y decides no seguir participando, podrás retirarte por algunos minutos y posteriormente decidir si deseas seguir participando o retirarte definitivamente en el momento que lo desees.

Beneficios Esperados

En el presente estudio no habrá ningún beneficio personal. Sin embargo, los resultados obtenidos podrán ser utilizados en un futuro para el desarrollo de intervenciones de enfermería para la prevención del consumo de alcohol.

Autorización para uso y distribución de la información para la investigación

La información obtenida puede ser útil para la investigación y la posible creación de intervenciones futuras. Las únicas personas que conocerán de tu participación serás tú y el investigador responsable. De ninguna manera la información que proporcionas será revelada a otras personas de forma específica, además los resultados encontrados serán presentados de forma global, en artículos de investigación, tesis, exposiciones o presentaciones científicas, es importante recalcar que la información que proporcionas es completamente confidencial y anónima.

Preguntas

En caso de tener alguna duda sobre tu participación en este estudio, puedes comunicarte a la Secretaria de Investigación en la Subdirección de Posgrado e Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, ubicada en avenida Gonzalitos 1500 norte, colonia Mitras Centro, Monterrey, Nuevo

León; el teléfono es el 83481847 disponible en horario de oficina.

Consentimiento

Yo acepto voluntariamente participar en esta investigación y que se recolecte información sobre mi persona. He dado lectura a la información en este documento y mis preguntas han sido resueltas. Sin embargo, aunque acepto participar en este estudio, no estoy renunciando a ninguno de mis derechos y puedo cancelar mi participación.

Firma de estudiante

Firma del Testigo (1)

Firma del testigo (2)

Firma del Investigador

Fecha: _____ de _____ del 2015

Apéndice F

Consentimiento Informado para el Padre de Familia o Tutor

Título del Proyecto:

“Uso de Facebook y Consumo de Alcohol en Adolescentes”

Autor del estudio: Lic. Paola Jazmín De Anda Robledo

Director de tesis: Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo

Introducción:

Estimado padre de familia nos interesa conocer la relación que existe entre el uso de Facebook y el consumo de alcohol en adolescentes. Por lo cual estamos invitando a su hijo (a) a participar en el estudio, el cual es una actividad académica con fines científicos. Al decidir sobre la participación de su hijo (a), debe conocer el propósito del estudio, los riesgos y beneficios, así como la descripción del procedimiento. Si decide aceptar la participación de su hijo (a) en el estudio deberá firmar este consentimiento.

Propósito del Estudio:

El propósito de la investigación es explorar la relación del uso del Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes. Los resultados pueden revelar la influencia que tienen las redes sociales en un comportamiento. Los resultados podrán utilizarse en el desarrollo de intervenciones virtuales de enfermería para la prevención del consumo de alcohol.

Descripción del Procedimientos:

Si usted decide que su hijo (a) participe en el estudio, se solicitarán algunos datos personales, además de que contestará algunas preguntas sobre el consumo de alcohol, así como preguntas sobre la frecuencia de uso de Facebook y que tantos contenidos observa sobre el consumo de alcohol en Facebook.

Los cuestionarios se le aplicarán dentro de la escuela y se respetará el horario establecido, para no interrumpir con sus actividades escolares programadas. La

aplicación de los cuestionarios tendrá una duración aproximada de 20 minutos.

Así mismo la información proporcionada será conocida solamente por la autora del estudio y será resguardada por un máximo de 12 meses y posteriormente destruida. No se identificara a su hijo (a) por su nombre o dirección en ninguno de los cuestionarios. Su hijo (a) podrá retirar su consentimiento para participar en cualquier momento que lo desee. De ser así, esto no afectará su situación escolar.

Riesgos

No existe un riesgo real en la participación de su hijo (a) en este estudio. Sin embargo, si se llegara a sentir incómodo con los temas abordados en las encuestas y decide no seguir participando, podrá retirarse por algunos minutos y posteriormente decidir si desea seguir participando o retirarse definitivamente en el momento que lo desee.

Beneficios Esperados

En el presente estudio no habrá ningún beneficio personal. Sin embargo, los resultados obtenidos podrán ser utilizados en un futuro para el desarrollo de intervenciones de enfermería para la prevención del consumo de alcohol.

Autorización para uso y distribución de la información para la investigación

La información obtenida puede ser útil para la investigación y la posible creación de intervenciones futuras. Las únicas personas que conocerán sobre la participación de su hijo (a) será usted, su hijo (a) y el investigador responsable. De ninguna manera la información que se proporcione será revelada a otras personas de forma específica, además los resultados encontrados serán presentados de forma global, en artículos de investigación, tesis, exposiciones o presentaciones científicas, es importante recalcar que la información que proporciones es completamente confidencial y anónima.

Preguntas

En caso de tener alguna duda sobre la participación de su hijo en el estudio,

puedes comunicarte a la Secretaria de Investigación en la Subdirección de Posgrado e Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, ubicada en avenida Gonzalitos 1500 norte, colonia Mitras Centro, Monterrey, Nuevo León; el teléfono es el 83481847 disponible en horario de oficina.

Consentimiento

Yo acepto voluntariamente que mi hijo (a) participe en esta investigación y que se recolecte información sobre su persona, he dado lectura a la información en este documento y tanto las preguntas de mi hijo (a) y las mías como padre han sido resueltas, sin embargo aunque acepto su participación en este estudio, no estoy renunciando a ninguno de sus derechos y puede cancelar su participación.

Firma de Padre o Tutor

Firma del Testigo (1)

Firma del testigo (2)

Firma del Investigador

Fecha: _____ de _____ del 2015

Apéndice G

Consentimiento Informado para el Adolescente Mayor de Edad

Título del Proyecto:

“Red Social Facebook y Consumo de Alcohol en Adolescentes”

Autor del estudio: Lic. Paola Jazmín De Anda Robledo

Director de tesis: Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo

Introducción:

Nos interesa conocer la relación que existe entre el uso de Facebook y el consumo de alcohol en adolescentes. Por lo cual se te invita a participar en el estudio, el cual es una actividad académica con fines científicos. Al decidir sobre tu participación, debes conocer el propósito del estudio, los riesgos y beneficios, así como la descripción del procedimiento. Si decides aceptar participar en el estudio deberás firmar este consentimiento.

Propósito del Estudio:

El propósito de la investigación es explorar la relación del uso del Facebook con el consumo de alcohol en adolescentes. Los resultados pueden revelar la influencia que tienen las redes sociales en un comportamiento. Los resultados podrán utilizarse en el desarrollo de intervenciones virtuales de enfermería para la prevención del consumo de alcohol.

Descripción del Procedimientos:

Si decides participar en el estudio se te solicitarán algunos datos personales, además de que contestaras algunas preguntas sobre el consumo de alcohol, así como preguntas sobre la frecuencia de uso de Facebook y que tantos contenidos observas sobre el consumo de alcohol en Facebook.

Los cuestionarios se te aplicarán dentro de la escuela y se respetará el horario establecido, para no interrumpir tus actividades escolares programadas. La aplicación de los cuestionarios tendrá una duración aproximada de 20 minutos.

Así mismo la información que proporcionas será conocida solamente por la

autora del estudio y será resguardada por un máximo de 12 meses y posteriormente destruida. No se te identificará por tu nombre o dirección en ninguno de los cuestionarios. Podrás retirar tu consentimiento para participar en cualquier momento que desees. De ser así, esto no afectará tu situación escolar.

Riesgos

No existe un riesgo real en tu participación en el estudio. Sin embargo, si te llegaras a sentir incómodo con los temas abordados en las encuestas y decides no seguir participando, podrás retirarte por algunos minutos y posteriormente decidir si deseas seguir participando o retirarte definitivamente en el momento que lo desees.

Beneficios Esperados

En el presente estudio no habrá ningún beneficio personal. Sin embargo, los resultados obtenidos podrán ser utilizados en un futuro para el desarrollo de intervenciones de enfermería para la prevención del consumo de alcohol.

Autorización para uso y distribución de la información para la investigación

La información obtenida puede ser útil para la investigación y la posible creación de intervenciones futuras. Las únicas personas que conocerán de tu participación serás tú y el investigador responsable. De ninguna manera la información que proporcionas será revelada a otras personas de forma específica, además los resultados encontrados serán presentados de forma global, en artículos de investigación, tesis, exposiciones o presentaciones científicas, es importante recalcar que la información que proporcionas es completamente confidencial y anónima.

Preguntas

En caso de tener alguna duda sobre tu participación en este estudio, puedes comunicarte a la Secretaría de Investigación en la subdirección de Posgrado e Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, ubicada en avenida Gonzalitos 1500 norte, colonia Mitras Centro, Monterrey, Nuevo León; el teléfono es el 83481847 disponible en horario de oficina.

Consentimiento

Yo acepto voluntariamente participar en esta investigación y que se recolecte información sobre mi persona. He dado lectura a la información en este documento y mis preguntas han sido resueltas. Sin embargo, aunque acepto participar en este estudio, no estoy renunciando a ninguno de mis derechos y puedo cancelar mi participación.

Firma de estudiante

Firma del Testigo (1)

Firma del testigo (2)

Firma del Investigador

Fecha: _____ de _____ del 2015