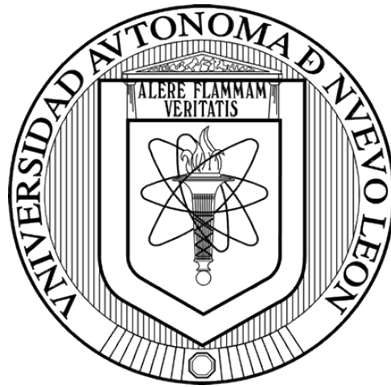


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERIA

SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN FACEBOOK, NORMAS
SOCIALES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS

Por

YARETHZI ELIZABETH HUANTE SÁNCHEZ

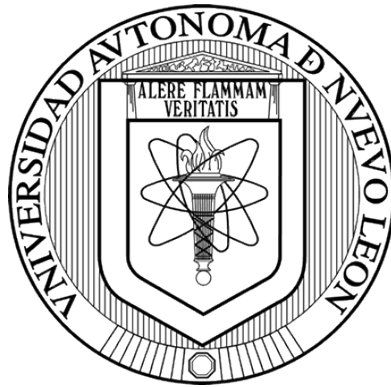
Como requisito parcial para obtener el Grado de
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA

JUNIO, 2022

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERIA

SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN FACEBOOK, NORMAS
SOCIALES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS

Por

YARETHZI ELIZABETH HUANTE SÁNCHEZ

Director de tesis:

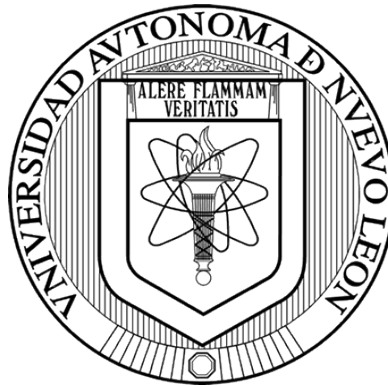
DRA. KARLA SELENE LÓPEZ GARCÍA

JUNIO, 2022

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERIA

SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN FACEBOOK, NORMAS
SOCIALES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS

Por

YARETHZI ELIZABETH HUANTE SÁNCHEZ

Asesor Estadístico

DR. ESTEBAN PICAZZO PALENCIA

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

JUNIO, 2022

CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN FACEBOOK, NORMAS
SOCIALES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS

Aprobación de Tesis

Dra. Karla Selene López García

Director de Tesis

Dra. Karla Selene López García

Presidente

Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo

Secretario

Dr. Lucio Rodríguez Aguilar

Vocal

Dra. María Magdalena Alonso Castillo

Subdirectora de Posgrado e Investigación

Agradecimientos

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo brindado para la realización de la Maestría en Ciencias de Enfermería.

A la Dra. María Guadalupe Monsiváis directora de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León por abrirme las puertas para cursar mis estudios de Posgrado.

A la Dra. María Magdalena Alonso subdirectora de Posgrado e Investigación, Castillo por la gestión, apoyo y la oportunidad de realizar la Maestría en Ciencias de Enfermería.

A la Dra. Nohemí Selene Alarcón directora de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Tamaulipas por su apoyo durante mi formación. Así mismo agradezco al demás personal docente y administrativo de esta misma facultad, por sus consejos invaluable, y su apoyo incondicional para culminar la Maestría.

A la Dra. Karla Selene López García director de tesis por las oportunidades brindadas, pero, sobre todo por compartir sus conocimientos y tiempo conmigo. Por enseñarme el valor de la investigación y motivarme a siempre dar más de mí.

Al Dr. Lucio Rodríguez Aguilar y al Dr. Francisco Rafael Facundo Guzmán, integrantes del Comité Académico de Tesis y jurado examinador, por compartir conmigo sus conocimientos, su tiempo y retroalimentación que aumento la calidad científica de esta investigación.

A la Dra. Alicia Álvarez Aguirre, docente de la Universidad de Guanajuato, Facultad de Enfermería “Campus Celaya-Salvatierra” por su tiempo, sus conocimientos y experiencia brindada durante mi estancia virtual de investigación.

Al Dr. Francisco Cadena Santos, Moisés Padrón, al Dr. Miguel Ángel Villegas, a la Dra. Martha Dalila Méndez Ruiz, a la Mtra. María de los Ángeles y a la Mtra.

Lucrecia Sánchez por la motivación y apoyo que me brindaron para continuar con mis estudios de posgrado.

A la Dra. Brenda Guadalupe Yáñez Castillo, Secretaria Académica de la Facultad de Enfermería en la Universidad Autónoma de Tamaulipas ubicada en la Cd. Nuevo Laredo, Tamaulipas. Por su autorización y facilidades proporcionadas para realizar la recolección de datos de la Tesis de Maestría.

Agradezco a todos y cada uno de los participantes en este estudio, por su colaboración y tiempo brindado.

A mis compañeros de generación por su amistad y apoyo brindado durante estos dos años en la Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Enfermería.

A todos los que me proporcionaron su ayuda y sus consejos directa o indirectamente para la realización de este estudio, muchas gracias.

Dedicatoria

A mi familia, a Verónica mi madre, Alejandro mi padre y Alex mi hermano, por creer en mis capacidades y dar todo lo que ha estado en sus manos para apoyar mis sueños.

A Adolfo con quien pronto formaré una familia, fue grandioso compartir este camino contigo. Gracias por escucharme y entenderme, gracias por tu amor, bondad y paciencia. Te amo.

A la maestra Ángeles y a la maestra Lucrecia, quienes han sido mis guías y consejeras. Gracias por preocuparse y estar al tanto de mí.

Agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría gracias por sus conocimientos y su generosidad para compartirlos es que he podido a llegar a este momento y culminar mi tesis con éxito.

Gracias a mis compañeras Gloria, Cynthia, Dayanna y Lupita por sus consejos y compañía a la distancia. Fuimos un gran equipo.

A mis amigas por las palabras de aliento que me brindaron durante todo el proceso.

A las personas que luchan cada día por mantenerse fuera del uso indebido de las drogas. En especial a aquellos que me compartieron su historia, sin duda, fue un parteaguas para la decisión de encaminarme en la maestría.

Tabla de Contenido

Contenido	Página
Capítulo I	
Introducción	2
Marco de Referencia	4
Facebook	4
Normas sociales	5
Consumo de alcohol	6
Estudios Relacionados	9
Definición de Términos	15
Objetivos	18
Capítulo II	
Metodología	19
Diseño de Estudio	19
Población, Muestra y Muestreo	19
Criterios de Inclusión	19
Instrumentos de Medición	20
Procedimiento de Recolección de Datos	24
Consideraciones Éticas	26
Análisis de Datos	28
Capítulo III	
Resultados	30
Confiabilidad de los Instrumentos	30

Tabla de Contenido

Contenido	Página
Estadística Descriptiva	31
Estadística Inferencial	44
Capítulo IV	
Discusión	54
Conclusiones	59
Limitaciones	57
Recomendaciones	61
Referencias	62
Apéndices	
A. Cédula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol (CDSPCA)	74
B. Formato de Recopilación de Contenido Relacionado con el Alcohol en Facebook con el Libro de Códigos (Excel)	75
C. Criterios en el Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook (LCCAF)	76
D. Escala de Percepción de Normas Sociales (EPNS)	77
E. Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT)	79
F. Consentimiento Informado del Participante	80
G. Consentimiento Informado del Participante en el Formulario en Línea	83

Tabla de Contenido

Contenido	Página
H. Oficio de Solicitud de Autorización	84
I. Formulario en Línea de los Instrumentos	85

Lista de Figuras

Figuras	Página
1. Relaciones entre los Conceptos de Estudio	6

Lista de Tablas

Tablas	Página
1. Consistencia Interna de los Instrumentos	31
2. Características Sociodemográficas	32
3. Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas. Cantidad de Bebidas que Consumen los Compañeros y Amigos Cercanos.	33
4. Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas. Porcentaje de la Cantidad de Alcohol que Consumen los Compañeros y Amigos Cercanos.	34
5. Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas. Calificación del Consumo de Alcohol de los Compañeros y Amigos Cercanos.	36
6. Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Prescriptivas.	37
7. Datos Descriptivos del Dominio de Consumo Sensato del AUDIT	39
8. Datos Descriptivos del Dominio de Consumo Dependiente del AUDIT	41
9. Datos Descriptivos del Dominio Consumo Dañino del AUDIT	42
10. Número de Contenidos Relacionados con el Alcohol en Facebook	43
11. Clasificación de las Visualizaciones de los Contenidos de Alcohol en Facebook	44

Lista de Tablas

Tablas	Página
12. Datos Descriptivos de los Contenidos Relacionados con el Alcohol en Facebook	45
13. Datos Descriptivos de los Contenidos de Intoxicación por Consumo de Alcohol en Facebook	47
14. Medidas de Tendencia Central, de Dispersión y Prueba de Kolmogórov-Smirnov con Corrección de Lilliefors para las Variables Continuas	48
15. Prueba U de Mann-Whitney para la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas por Sexo	49
16. Prueba U de Mann-Whitney para la Escala de Percepción de Normas Sociales Prescriptivas por Sexo	49
17. Prevalencias del Consumo de Alcohol	50
18. Tipos de Consumo de Alcohol	50
19. Matriz de Correlación de Spearman para Contenido Relacionado con el Alcohol, Normas Sociales y Consumo de Alcohol	53

Resumen

Lic. Yarethzi Elizabeth Huante Sánchez Fecha de Graduación: Julio, 2022
Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Enfermería

Título del Estudio: CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN
FACEBOOK, NORMAS SOCIALES Y CONSUMO DEL ALCOHOL EN
UNIVERSITARIOS

Número de páginas: 88

Candidato para obtener el Grado
de Maestría en Ciencias de Enfermería

LGAC: Prevención de Adicciones: Drogas Lícitas e Ilícitas

Propósito y método del estudio: El objetivo del presente estudio fue analizar la relación entre el contenido de alcohol en Facebook, normas sociales y el consumo del alcohol en universitarios. La población estuvo conformada por 2,395 universitarios de una institución educativa en Nuevo Laredo, Tamaulipas. Se realizó un muestreo aleatorio simple, el tamaño de muestra se determinó para un análisis de correlación con un tamaño de efecto entre pequeño a mediano (Cohen, 1988) y una potencia del 90%, se obtuvo una muestra de 209 participantes. Para medir las variables sociodemográficas se empleó la Cédula de Datos Personales y Prevalencias de Consumo de Alcohol, y tres instrumentos de medición: el Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook (Moreno, 2011), la Escala de Percepción de las Normas Sociales (Borsari & Carey, 2003) la cual obtuvo una consistencia interna aceptable $\alpha=.92$ y el Cuestionario de Identificación de los Trastornos Debido al Consumo de Alcohol (Babor, De la Fuente, Saunders & Grant, 2001), validada en población mexicana por De la Fuente & Kershenovich (1992) el cual obtuvo una consistencia interna de $\alpha= .85$. El estudio se apejó a la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud (SS, 1987; 2014). El análisis de datos se llevó a cabo con el paquete estadístico SPSS versión 21, se utilizó estadística descriptiva donde se obtuvieron frecuencias, proporciones y medidas de tendencia central y variabilidad, además se empleó la prueba de Kolmogórov-Smirnov con Corrección de Lilliefors, y en base a ello se empleó la estadística inferencial no paramétrica.

Contribución y conclusiones: Se identificó que los jóvenes universitarios tenían en promedio 7.8 (DE= 13.2) contenidos de alcohol en los últimos 12 meses. De los participantes que tenían contenidos de intoxicación con el alcohol, 57.7% bebían alcohol solos, 38.5% tenían familiares o amigos que les pedían reducir el consumo y el 34.6% bebían alcohol para relajarse. Respecto a las normas sociales descriptivas, se encontraron diferencias por sexo ($U = 3081.5, p < .05$), las mujeres presentaron menor puntuación ($Mdn = 41.0, DE= 19.2$) en comparación con los hombres ($Mdn = 48.0, DE = 20.5$), mientras que, para las normas sociales prescriptivas, no hubo diferencias por

sexo ($p > .05$). En cuanto a la prevalencia de consumo del alcohol, el 85.6% de los participantes consumió alcohol alguna vez en la vida, el 69.9% en el último año, 46.9% en el último mes y 25.4% en los últimos siete días, con respecto a los tipos de consumo, el 76.7% tienen un tipo de consumo sensato, el 19.9% presentan consumo dependiente y el 3.4% consumo dañino, en promedio iniciaron el consumo de alcohol a los 16.4 años y bebían 4.2 bebidas en un día típico. Existe correlación positiva y significativa de los contenidos de alcohol en Facebook con las normas sociales descriptivas ($r_s = .30, p = .001$), prescriptivas ($r_s = .49, p = .001$) y el consumo de alcohol ($r_s = .36, p = .001$). A su vez las normas sociales, también se asociaron con el consumo de alcohol (descriptivas, $r_s = .30, p = .001$ y prescriptivas, $r_s = .49, p = .001$). Los resultados pueden favorecer la creación de estrategias más efectivas para la prevención y reducción del consumo de alcohol en los jóvenes.

Firma del Director de Tesis: _____

Capítulo I

Introducción

El consumo de alcohol es un problema de salud pública considerable a nivel mundial, provoca alrededor de 3 millones de defunciones en el mundo, y se le atribuyen una serie de consecuencias a la salud, como el 28.7% de los traumatismos, 21.3% de las enfermedades digestivas, 19% de las enfermedades cardiovasculares, 12.9% de las enfermedades infecciosas y 12.6% de las neoplasias en la población mundial. En los adultos jóvenes, el 13.5% de las defunciones prematuras entre los 20 a los 39 años son atribuidas al alcohol y esto es determinado en gran medida por el volumen total de alcohol que consumen en espacios cortos de tiempo (cuatro bebidas o más por ocasión) y el involucramiento en conductas de riesgo (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2019; Organización Mundial de la Salud [OMS], 2018).

Se estima que existen alrededor de 2.3 millones de bebedores actuales de alcohol en el mundo (OPS, 2019); Respecto a la población adulta de los 18 a los 65 años en México, se reporta que el 77.3%, ha consumido alcohol alguna vez en la vida con proporciones más altas en los hombres (88.3%) que en las mujeres (67.3%), mientras que la prevalencia de consumo de alcohol en el último año fue de 53.3% (66.4%, hombres y 41.3%, mujeres) y el consumo en el último mes fue del 39.9% (54.8% hombres y 26.2% mujeres) (Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz [INPRFM] et al., 2017).

Un abordaje en la región nororiental, en donde se encuentra el estado de Tamaulipas, entidad en la que se realiza el estudio, reporta que el 53.9% de la población entre los 18 a los 65 años ha consumido alcohol en el último año y el 28.3% en el último

mes (INPRFM et al., 2017). Cabe mencionar que en esta región la vida social de los jóvenes es influenciada por la transculturación, dada la cercanía con Estados Unidos, lo que puede modificar las conductas relacionadas con el consumo de alcohol y el contexto en que se lleva a cabo.

De acuerdo con la Ley General de Salud, en México se deben promover y apoyar acciones hacia la prevención y la disminución de problemas causados por las adicciones, especialmente en la población joven (Secretaría de Salud [SSA], 2021). En especial en la población universitaria, pues ésta se ha asociado con una mayor cantidad y frecuencia de consumo de alcohol en comparación con los jóvenes de su misma edad que no estudian (Krieger et al., 2018). Algunas de las consecuencias del consumo de alcohol más frecuentes entre los universitarios son las físicas, como la agresión física y sexual (Watkins et al., 2020); psicológicas, como los intentos de suicidio, autolesión, ansiedad y depresión (Santagelo et al., 2018; Larkin et al., 2017); legales, como conducir bajo los efectos del alcohol y provocar accidentes automovilísticos (Bastien et al., 2019); y académicas, como bajo rendimiento académico y ausentismo escolar (Meda et al., 2017).

Los estudiantes universitarios se consideran un grupo de interés debido a las altas cantidades de consumo de bebidas alcohólicas por ocasión y los tipos de consumo de riesgo, dependiente y dañino que reportan (Aguilar-Mena et al., 2019). Un estudio realizado en Tamaulipas encontró que el 19.3% tenían un tipo de consumo con síntomas de dependencia y 0.9% dañino (Valdez et al., 2017).

El consumo del alcohol es el resultado de múltiples factores; en los últimos años, las conductas de los jóvenes se ven inmersas en las nuevas tecnologías y herramientas. La generación de contenidos relacionados con el alcohol en usuarios de Facebook,

incluyen la publicación de fotos, videos o textos que hacen alusión al uso, consecuencias y efectos del alcohol, y se han convertido en un claro indicador del consumo del alcohol en la población universitaria (Boyle et al., 2016; Roberson et al., 2018; Steers et al., 2019).

Diversos estudios hablan de la etapa universitaria, como un período donde se adquiere mayor libertad e interacción social, por consiguiente hace que la mayoría de los universitarios utilicen redes sociales, y puedan estar expuestos a contenidos relacionados con el consumo de alcohol de otros jóvenes, lo que podría desencadenar en una sobreestimación de las normas sociales hacia el consumo de esta sustancia, como el percibir la aceptación de los pares hacia el consumo (normas prescriptivas) o intuir que sus pares consumen cantidades mayores de alcohol en comparación con el consumo real, de acuerdo a las normas sociales descriptivas (Ceballos et al., 2018; Gutiérrez & Cooper, 2016; Kim et al., 2016).

Aunque la evidencia es contundente respecto a la relación que tienen los factores sociales en los comportamientos de consumo de alcohol, es decir, si los referentes cercanos beben alcohol es más probable que el joven universitario se sienta convencido de hacerlo (Ward & Guo, 2020). No obstante, existen vacíos de conocimiento en como el consumo de alcohol es representado a través de las redes sociales como Facebook que se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas para la comunicación, especialmente en la población joven (Valencia-Ortiz, et al., 2021). El presente estudio fue realizado en la Cd. de Nuevo Laredo, Tamaulipas, al ser una ciudad en la frontera de México con Estados Unidos, los resultados amplían el conocimiento acerca de los contenidos que muestran el consumo de alcohol entre los jóvenes. Como contribución el

estudio permite profundizar en la temática y en un futuro considerar la evidencia para el diseño de intervenciones de enfermería para la prevención o disminución del consumo de alcohol en jóvenes universitarios. Por lo que el propósito del presente fue conocer la relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook las normas sociales y el consumo del alcohol en universitarios.

Marco de Referencia

En este apartado se incluyen los conceptos; contenido relacionado con el alcohol en Facebook (Golbeck, 2015; Moreno et al., 2011), normas sociales (Ajzen, 1991) y el consumo de alcohol (INPRFM et al., 2017) que se utilizaron para guiar el presente estudio.

Facebook

Con respecto a Facebook es la red social más utilizada en el mundo, se reporta que existen 1.4 billones de usuarios mensuales, lo que constituye la mitad de la población con acceso a internet. Su objetivo principal es crear conexión entre las personas, sus usuarios pueden agregar amigos a su red social, compartir enlaces a otros sitios, publicar fotografías, ubicaciones, textos videos, y compartir, comentar y dar “me gusta” en otros perfiles de usuarios o páginas (Golbeck, 2015).

Desde hace tiempo, se ha investigado como los contenidos relacionados con el alcohol que incluyen fotografías, textos y videos dentro del perfil de Facebook, pueden ser indicadores del consumo en la vida real del usuario. Según Moreno et al. (2011), en los perfiles se puede visualizar cuando los usuarios hacen referencia al consumo del alcohol y a la intoxicación o problemas con el alcohol.

Con respecto a los contenidos, pueden ser indicadores de intoxicación o

problemas con el alcohol, los investigadores han explorado si las publicaciones en la red social muestran conductas, como beber mientras conducen, si lo hacen para relajarse, si beben cuando están solos, si han olvidado lo que pasaba mientras bebían o si amigos o familiares les han dicho que tienen problema con la bebida (Moreno et al., 2011).

Normas sociales

Se ha observado que, en el contexto social de los jóvenes, existe también una relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook y las normas sociales percibidas (Hendriks et al., 2018), es decir que, a mayor presencia de contenidos relacionados con el alcohol, mayor es la percepción de normas sociales que aceptan la conducta. Una de las teorías que se ha utilizado para explicar lo anterior es la Teoría de la Conducta Planeada (Ajzen, 1991), ésta busca predecir y entender el comportamiento social en la vida cotidiana. Recae en que los seres humanos hacen uso de la información disponible, en los que incluye; propósitos, creencias, opiniones y presiones sociales para tomar la decisión de realizar una conducta. Dentro de la teoría, las normas sociales son determinantes para crear una intención que lleva al cambio de conducta.

De acuerdo con Cialdini et al. (1991) las normas sociales también llamadas normas subjetivas juegan un papel importante en el consumo de alcohol, pues ayudan al individuo a determinar si dicho comportamiento social es aceptable o no. Dentro de ellas existen dos categorías: las normas sociales descriptivas y las prescriptivas. Las normas descriptivas se refieren a la percepción de la cantidad y frecuencia de consumo de alcohol de los demás mientras que las normas prescriptivas reflejan la percepción sobre la aceptación de los demás hacia la conducta (Borsari & Carey, 2001).

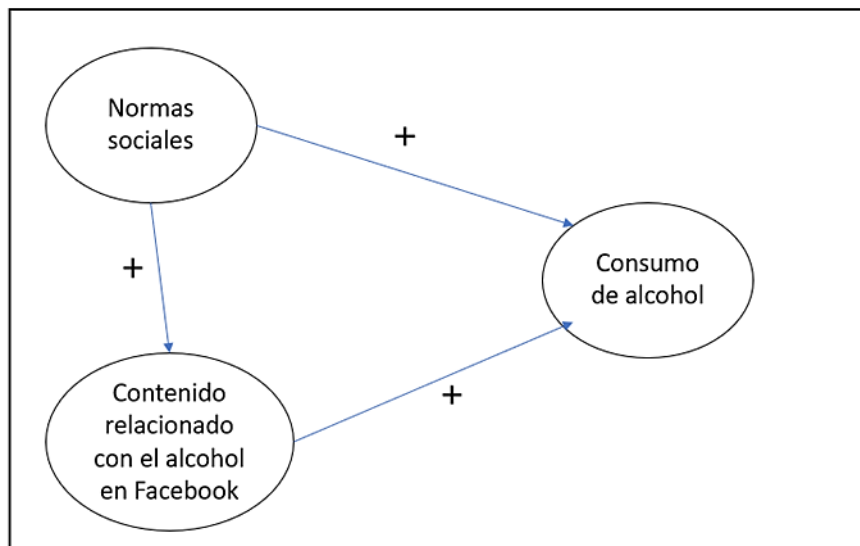
Cabe mencionar que las normas sociales son subjetivas y corresponden al juicio

propio de cada persona, por ejemplo, en la conducta de consumo del alcohol cuando el joven se evalúa que sus referentes la consideran aceptable considera que debe realizar la conducta (Graupensperger et al., 2020; Janssen et al., 2018).

En la Figura 1 y de acuerdo con lo mencionado anteriormente, las normas sociales hacia el consumo del alcohol y los contenidos relacionados con el alcohol dentro de Facebook pueden tener una asociación con la conducta del consumo de alcohol.

Figura 1

Relaciones entre los Conceptos del Estudio



Consumo de Alcohol

El alcohol o etanol es una sustancia psicoactiva con propiedades causantes de dependencia en quien la consume. El consumo nocivo de alcohol conlleva una pesada carga social y económica para las sociedades (OMS, 2019), de acuerdo con la Norma Oficial Mexicana [NOM-028-SSA2-2009] (SSA, 2009) una bebida alcohólica es aquella que contenga alcohol etílico en una proporción de 2% y hasta 55% en volumen. El

alcohol, cuando se ingiere por vía oral pasa hacia el tracto digestivo, donde se distribuye con mayor facilidad en los medios acuosos que en los lipídicos (Aragón et al., 2002).

El etanol se procesa esencialmente por oxidación, convirtiéndose en acetaldehído, este proceso va dirigido hacia el hígado en el cual la enzima alcohol deshidrogenasa se encarga del desdoblamiento del alcohol (el 90% del alcohol); del 2% al 10% restante se metaboliza en los pulmones y riñones (Aragón et al., 2002; Gaviria et al., 2016). El alcohol es un compuesto orgánico que tiene dos maneras diferentes de metabolizarse en el cuerpo: por oxidación o no oxidación. La acción de oxidación ocurre principalmente en el hígado, en el citosol del hepatocito (Ghazali & Patel, 2016). El alcohol es metabolizado por una enzima llamada alcohol deshidrogenasa (ADH) el cual transforma a acetaldehído, que se considera altamente toxica (Ghazali & Patel, 2016). Por otro lado, el proceso de no oxidación del etanol se presenta mediante la formación de esteres etílicos de los ácidos grasos y el fosfatidiletanol (Aragón et al., 2002).

Con respecto al sexo, se ha comprobado que existen diferencias entre hombres y mujeres; esto se debe a que las mujeres tienen una baja proporción de agua en el peso corporal comparado con los hombres y, por lo tanto, alcanzan mayores concentraciones de alcohol en sangre tras consumir cantidades equivalentes de alcohol (Erol & Karpyak, 2015).

El consumo de alcohol se ha medido a través de prevalencias que es una medida epidemiológica que cuantifica la frecuencia de sujetos que adquieren una característica en una unidad de tiempo y se expresa en proporciones (Beaglehole et al., 2008). Las prevalencias que se utilizarán para el presente estudio son congruentes con las utilizadas en la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017 y se

clasifican en global, donde informa de la población que ha consumido alguna bebida alcohólica alguna vez en la vida; lápsica o en el último año, la cual examina a la población que ha consumido alcohol en los últimos 12 meses previos a la encuesta; y actual o en el último mes, que se refiere a la población que ha consumido una o más bebidas alcohólicas en los últimos 30 días previos a la encuesta (INPRFM et al., 2017). También se considera la prevalencia instantánea, que se refiere al consumo de alcohol en los últimos siete días previos a la encuesta. Estos cuatro tipos de prevalencia serán considerados en el presente estudio.

Los tipos de consumo es otra de las formas en que se evalúa el consumo de alcohol en los usuarios que han consumido bebidas alcohólicas en el último año, lo han clasificado en: consumo sensato, dependiente y dañino (Babor et al., 2001). El consumo sensato, es un patrón de consumo de alcohol en un día típico de no más de dos bebidas alcohólicas, no más de tres veces por semana en mujeres y no más de cuatro bebidas alcohólicas en hombres que aumenta el riesgo de consecuencias adversas para el bebedor o los demás. El consumo dependiente, es el patrón de consumo de alcohol de cuatro a nueve bebidas alcohólicas en un día típico para los hombres y en la mujeres de tres y no más de cinco bebidas alcohólicas, esto conlleva a consecuencias tanto sociales como para la salud física y mental, por último, el consumo dañino, es el patrón de consumo de alcohol de diez o más bebidas alcohólicas en un día típico en hombres y en las mujeres seis o más bebidas alcohólicas, además se presenta el conjunto de fenómenos conductuales, cognitivos y fisiológicos que pueden aparecer con el consumo repetido de alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992).

Estudios relacionados

A continuación, se presenta un resumen de la literatura de los resultados encontrados en investigaciones que abordan el contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y consumo de alcohol en universitarios.

Steers et al. (2019), realizaron un estudio en Estados Unidos de tipo cuantitativo y longitudinal para explorar la relación entre el contenido relacionado con el alcohol, normas sociales prescriptivas y el consumo de alcohol en los universitarios. La muestra estuvo conformada por 316 participantes, con un rango edad de 17 a 19 años, el 58.7% eran mujeres, y fueron elegidos aleatoriamente de dos universidades en Estados Unidos y observados durante 4 años. Se encontró que en promedio los estudiantes realizaron 5.72 ($DE = 6.7$) publicaciones relacionadas con el alcohol en un año, obtuvieron un puntaje de 4.15 ($DE = 12.2$) en el AUDIT (Babor et al, 2001) para el consumo del alcohol y 84.73% (0 al 100%) ($DE=1.2$) para las normas sociales prescriptivas. Se encontró relación significativa entre el contenido relacionado del alcohol y el consumo de alcohol ($r_s = .419, p <.001$) y las normas sociales prescriptivas y el consumo de alcohol ($r_s = .325, p <.001$).

Roberson et al. (2018), llevaron a cabo un estudio en Estados Unidos para investigar como los pares pueden promover el consumo de alcohol a través de redes sociales, incluyendo Facebook. Los participantes, fueron 682 universitarios estadounidenses entre 18 y 22 años ($\bar{X}= 19.29 DE=1.03$), el 86% de los estudiantes utilizaba Facebook, además se encontró que las normas sociales estaban relacionadas con el consumo del alcohol ($r_s=.170, p < .05$) y que la influencia de los pares a través de las redes sociales para promover el uso del alcohol se relacionó con el consumo del

alcohol ($r_s = .490, p < .05$).

Boyle et al. (2016), realizaron un estudio descriptivo longitudinal y correlacional en Estados Unidos con el objetivo de evaluar la relación entre la exposición a los contenidos de relacionados con el alcohol en Facebook y el consumo de alcohol en estudiantes. La muestra fue de 412 estudiantes de primer año de una universidad privada, se realizó una medición basal y una medición final, la primera medición fue en las primeras seis semanas y la segunda en el segundo semestre.

Los participantes reportaron un promedio de 1.34 ($DE = 1.16$) observaciones en publicaciones de otras personas relacionadas con el alcohol en Facebook en un mes y refieren un consumo en promedio de 3.92 ($DE = 5.78$) bebidas por semana. Se encontró una relación positiva y significativa entre la exposición de contenido relacionado con el alcohol y el consumo del alcohol por semana ($r_s = .191 p < .05$).

Boyle et al. (2018), realizaron un estudio descriptivo transversal en Estados Unidos, con el objetivo de examinar la relación entre el consumo de alcohol de los estudiantes y las normas sociales prescriptivas. La muestra estuvo conformada por 296 estudiantes de primer año en una universidad privada, la media de edad fue de 18.10 años ($DE = .43$), predominó el sexo femenino (62%). Así mismo se compararon las normas sociales entre los participantes no bebedores y bebedores. Respecto a las normas sociales descriptivas los no bebedores obtuvieron un promedio menor ($\bar{X} = 3.17, DE = 2.59$) que los bebedores ($\bar{X} = 6.02, DE = 3.15$). Al igual que para las normas sociales prescriptivas los no bebedores obtuvieron un promedio de 5.17 ($DE = 1.28$) y los bebedores 5.42 ($DE = 1.37$).

Además, en los participantes bebedores se reportó una correlación positiva y

significativa en el uso frecuente de Facebook y los me gusta en publicaciones de Facebook con contenido de alcohol ($r_s = .338, p < .001$). Así mismo, las normas sociales descriptivas se relacionaron con los me gusta en las publicaciones con contenido de alcohol ($r_s = .108, p < .05$)

Boyle, Merrill y Carey (2020), realizaron un estudio en Estados Unidos con el objetivo de explorar las normas sociales en diferentes lugares donde se consume alcohol con estudiantes universitarios. La muestra estuvo conformada por 217 universitarios entre 18 y 25 años, 76% eran mujeres. La prueba de Friedman reveló un efecto significativo $\chi^2 = 16.64$ ($p < .001$) del consumo de alcohol en los últimos 30 días en lugares específicos donde se consume de alcohol. En promedio, los participantes respondieron que consumían 2.66 bebidas ($DE = 3.04$) en la casa/dormitorio, 1.43 bebidas ($DE = 2.48$) en el bar y 2.10 bebidas en fiestas ($DE = 3.32$).

Se encontró que ninguna variable de consumo de alcohol y normas sociales (descriptivas y prescriptivas) diferían significativamente por sexo ($p > .05$). Respecto a la correlación entre las variables, las normas descriptivas en casa se asociaron de manera positiva y significativa con el consumo de alcohol en casa ($r_s = .470, p < .001$), similar a las normas descriptivas en el bar con el consumo de alcohol en el bar ($r_s = .380, p < .001$) y las normas descriptivas en las fiestas en relación con el consumo de alcohol en las fiestas ($r_s = .440, p < .001$). Mientras que las normas sociales prescriptivas no se relacionaron con el consumo de alcohol en un lugar específico, si tienen una relación positiva y significativa con normas sociales descriptivas en el mismo lugar: en la casa ($r_s = .300, p < .001$), en el bar ($r_s = .300, p < .001$) y en las fiestas ($r_s = .190, p < .05$).

Merrill et al. (2016), realizaron un estudio en Estados Unidos, con el objetivo de demostrar la asociación entre aceptabilidad de las normas por parte de los bebedores universitarios a través de la web. La muestra fue de 221 participantes, la media de edad fue de 21.74 años ($DE = 1.94$), el 52% eran mujeres. Los resultados reportan que la puntuación total del AUDIT tuvo una media de 10.86 puntos ($DE = 7.70$), las normas sociales prescriptivas se obtuvo una media de 3.87 puntos ($DE = 0.82$) y para las descriptivas una media de 3.65 puntos ($DE = 0.73$). Se presentó una relación positiva y significativa entre las normas sociales y el consumo de alcohol ($r_s = .165, p = .016$), así también se encontró una relación positiva y significativa de las normas sociales con el consumo de alcohol de tipo perjudicial ($r_s = .174, p = .011$). Respecto a las normas sociales prescriptivas se documentaron diferencias significativas en relación con el sexo ($t(212) = 2.47, p = .014$), las mujeres presentaron un promedio más alto de normas sociales ($\bar{X} = 3.01, DE = 0.70$) comparado con los hombres ($\bar{X} = 2.76, DE = 0.73$).

Navarro-Oliva et al. (2018), realizaron un estudio descriptivo correlacional y transversal en Nuevo León, México con el objetivo de analizar el efecto entre el uso de Facebook, el estrés percibido y el consumo de alcohol en jóvenes. La muestra fue de 110 jóvenes universitarios, con una media de edad de 20.3 años ($DE = 2.08$), predominó el sexo femenino 58.2%. En cuanto a los resultados sobre la prevalencia del consumo de alcohol, el 88.2% han consumido en el último año y el 65.2% en el último mes. En cuanto a los tipos de consumo, el 52.7% presentó un consumo riesgoso, el 24.5% un consumo perjudicial y el 4.5% presentaba dependencia al alcohol o alcoholismo.

Angosta et al. (2019), llevaron a cabo un estudio en Estados Unidos que buscó examinar el consumo de alcohol de los estudiantes. Participaron un total de 511

universitarios con una media de edad de 22.1 años ($DE = 3.75$) y 72.8% eran del sexo femenino. Los participantes informaron consumir 2.3 ($DE = 1.51$) días a la semana, bebían un promedio de 13.01 bebidas por semana ($DE = 9.80$), y un promedio de 10.41 ($DE = 5.45$) bebidas máximas por ocasión en el último mes.

Hinojosa et al. (2017), realizaron un estudio descriptivo y transversal en Cd. Matamoros, México el objetivo fue determinar los niveles de estrés académico y el consumo de alcohol en estudiantes universitarios de nuevo ingreso. La muestra se conformó por 205 estudiantes, la media de edad fue de 19.1 años ($DE = 1.86$) con una mínima de edad de 17 años y una máxima de 28 años, predominó el sexo femenino con un 82%.

En cuanto a la prevalencia del consumo de alcohol, el 78.0 % consumió alcohol alguna vez en la vida, el 59.0 % en el último año, el 32.2% en el último mes y el 11.2 % en la última semana. Con respecto a los tipos de consumo de alcohol informaron el 56.2 % consumo sensato, el 27.3 % consumo dependiente y el 16.5 % consumo de dañino.

Valdez et al. (2017), realizaron un estudio de corte transversal, con diseño descriptivo correlacional en Nuevo Laredo, México con el objetivo de identificar la relación entre el uso de Facebook y el consumo de alcohol en jóvenes universitarios. La muestra estuvo conformada por 204 estudiantes, la media de edad fue de 19.1 años ($DE= 1.86$) con una mínima de 18 y una máxima de 26 años respectivamente, predominó el sexo femenino con un 66.2%. Informaron que alrededor del 88.0% presentaron la prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida, el 84.0% de los participantes consumió en el último año. Por sexo el 42.2% de las mujeres consumió en

los últimos siete días, con respecto a los hombres el 60.9% consumió alcohol en el último mes.

En cuanto a los tipos de consumo de alcohol en menores de 20 años, el 19.3% no consumen, 60.5% presento consumo sensato, el 19.3% consumo dependiente y 0.9% es de consumo dañino. Con respecto a los mayores de 20 años, el 5.6% no consumen, 55.6% presento consumo sensato, y el 38.9% consumo dependiente.

Nourse, Adamshick y Stolfus (2017), llevaron a cabo un estudio correlacional descriptivo en Estados Unidos con el objetivo de estudiar el consumo de alcohol y su asociación con la depresión y la ansiedad. Se obtuvo una muestra de 201 estudiantes universitarios de los cuales 150 eran mujeres, el 93% de los estudiantes presentó un consumo peligroso de alcohol (puntuación 8-15), el 3.5% consumo dañino (puntuación 16-19) y 3.5% clasificó en el consumo dependiente de alcohol (puntuación ≥ 20).

En síntesis, se puede describir que los contenidos relacionados con el alcohol son utilizados en los perfiles de Facebook de la mayoría de los jóvenes universitarios. Gran parte de los estudios concuerda en que, a mayor número de contenidos de alcohol en la red social, mayor es el consumo de alcohol de dependiente y dañino.

Respecto a las normas sociales, los autores coinciden en que estas son predictoras del consumo de alcohol en los jóvenes, por sexo algunos estudios encontraron diferencias para las normas sociales descriptivas y prescriptivas, donde los hombres obtuvieron mayores puntajes para ambas normas en comparación con las mujeres, mientras que otros no encontraron diferencias con medias y medianas muy similares para ambos sexos.

En relación con las prevalencias de consumo de alcohol se han reportado incremento en el consumo de alcohol mostrado por las prevalencias lápsica, actual e instantánea. En cuanto a los tipos de consumo de alcohol, el de mayor proporción ha sido el consumo sensato, seguido del consumo dependiente y el consumo dañino.

Definición de Términos

A continuación, se presentan los términos de las variables que se utilizaron en el presente estudio, los datos sociodemográficos comprenden la edad, sexo, carrera, semestre y estado civil del universitario para su medición u obtención de datos se utilizó la Cédula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol. A continuación, se define cada uno de ellos:

Edad. Es el número de años cumplidos del estudiante universitario contado desde su nacimiento hasta el momento de la entrevista.

Sexo. Es la identidad biológica que define a una persona como hombre o mujer.

Ocupación. Se refiere a las actividades laborales remuneradas que el estudiante realiza habitualmente, puede ser estudio o estudio y trabajo.

Semestre. Es el grado que cursa el universitario al momento de la recolección de datos.

Estado civil. Es el estado marital o unión legal del universitario en términos de soltero, casado, divorciado, separado, viudo y unión libre.

Contenido relacionado con el alcohol en Facebook. Es el número de publicaciones en formato de textos, imágenes o videos en donde se visualiza el consumo de alcohol, problemas y/o intoxicación por el alcohol en el perfil de Facebook del

estudiante. Esta variable fue evaluada a través del Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook de Moreno et al. (2010).

Normas sociales. Son conductas establecidas por la sociedad, y reportadas por el universitario, de acuerdo con ellas se puede aprobar o desaprobar los comportamientos de las personas. Se dividen en dos tipos norma social descriptiva y norma social prescriptiva.

Norma social descriptiva. Se refiere a la percepción del universitario sobre la frecuencia y cantidad de consumo de alcohol de sus amigos y compañeros de escuela.

Norma social prescriptiva. Es la percepción del universitario sobre la aprobación de su propio consumo por parte de sus amigos o compañeros de escuela. Se evaluó a través del cuestionario de Percepción de Normas Sociales (Borsari & Carey, 2003).

Consumo de alcohol. Es la ingesta de bebidas alcoholicas que refiere tener el estudiante universitario en terminos de frecuencia y cantidad. Se clasifica en tres tipos de consumo: consumo sensato, dependiente y perjudicial y se medirá con el Cuestionario de Identificación de los Trastornos debido al Consumo de Alcohol (AUDIT) de Babor et al. (2001).

Consumo sensato. Es el tipo de consumo de alcohol que tienen los universitarios en el último año, en hombres cuando su consumo de 4 bebidas estándar y en mujeres 2 bebidas estándar por ocasión de consumo, no más de tres veces por semana. Se valora con las preguntas de 1 a la 3 del AUDIT.

Consumo dependiente. El tipo de consumo de alcohol que tienen los universitarios en el último año, con respecto al consumo de 4 a 9 bebidas estándar en hombres y en mujeres el consumo de 3 a 5 bebidas estándar por ocasión de consumo y además presenta

síntomas procedentes del consumo como haber dejado de hacer lo que debía realizar por haber bebido, consumir alcohol en ayunas después de haber bebido alcohol el día anterior. Se valora con las preguntas de 4 a 6 del Cuestionario AUDIT.

Consumo dañino. El tipo de consumo de alcohol que tienen los estudiantes universitarios en el último año, procedente del consumo de más de 10 bebidas estándar en los hombres y en las mujeres de más de 6 bebidas alcohólicas por ocasión de consumo, además de presentar síntomas como sentimientos de culpa tras el consumo de alcohol, haber ocasionado lesiones a otras personas y a el mismo, así como el hecho de que le hayan manifestado amigos, familiares y personal de la salud su preocupación por su forma de beber alcohol. Se valora con las preguntas de 7 a 10 del Cuestionario AUDIT.

Prevalencia de consumo de alcohol, es la frecuencia a través de proporciones de consumo de alcohol en diferentes temporalidades reportadas por el universitario. Se medirá con la Cedula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol. Se describen a continuación.

Prevalencia global del consumo de alcohol. Es la proporción de estudiantes universitarios que refieren haber consumido alcohol alguna vez en la vida.

Prevalencia lápsica del consumo de alcohol. Es la proporción de estudiantes universitarios que refieren haber consumido alcohol en el último año.

Prevalencia actual del consumo de alcohol. Es la proporción de estudiantes universitarios que refieren haber consumido alcohol en el último mes.

Prevalencia instantánea del consumo de alcohol. Es la proporción de estudiantes universitarios que refieren haber consumido alcohol en la última semana.

Objetivos

A continuación, se presentan los objetivos del presente estudio.

1. Describir el contenido relacionados con el alcohol en Facebook.
2. Determinar las normas sociales descriptivas hacia el alcohol en los universitarios por sexo.
3. Determinar las normas sociales prescriptivas hacia el alcohol en los universitarios por sexo.
4. Describir las prevalencias de consumo de alcohol (global, lápsica, actual e instantánea).
5. Identificar los tipos de consumo de alcohol en los universitarios (sensato, dependiente y dañino).
6. Analizar la relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y el consumo del alcohol en universitarios.

Capítulo II

Metodología

A continuación, se describe el diseño, la población, el muestreo, la muestra, los criterios de inclusión, la descripción de instrumentos de medición, el procedimiento de recolección de datos, las consideraciones éticas y el análisis de datos.

Diseño del Estudio

El diseño fue descriptivo correlacional; fue descriptivo dado que buscó determinar los contenidos relacionados con el alcohol en Facebook, las normas sociales y consumo de alcohol. Así mismo, fue correlacional porque examinó las relaciones entre las variables y transversal, pues las mediciones fueron realizadas en un momento específico del tiempo (Grove, Burns & Gray, 2013).

Población, Muestreo y Muestra

La población se conformó por 2395 universitarios (entre los 18 a 24 años de edad) de una institución educativa en Nuevo Laredo, Tamaulipas. El tamaño de la muestra fue de 209 participantes, y fue calculado con el paquete estadístico g*Power 3.1, considerando un nivel de significancia de .05 estimado para un análisis de correlación, con coeficiente de determinación de $R^2 = .05$ con un tamaño de efecto entre pequeño a mediano (Cohen, 1988) y una potencia del 90%. El muestreo fue aleatorio, se seleccionaron grupos de participantes al azar, hasta completar la muestra.

Criterios de Inclusión

Para participar en el estudio, los participantes debían contar con una cuenta activa en Facebook y haberla usado en los últimos 12 meses.

Instrumentos de Medición

Para la presente investigación se utilizó una Cédula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol [CDSPCA]; también se consideró el Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook [LCCAF] (Moreno et al., 2011), la Escala de Percepción de las Normas Sociales (Borsari & Carey, 2003) y el Cuestionario de Identificación de los Trastornos Debido al Consumo de Alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992).

En la Cédula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol [CDSPCA] (Apéndice A), se conformó por dos secciones; en la primera sección contenía 6 preguntas, la pregunta 1 y 2 correspondía a edad y sexo, y las preguntas de la 3 a la 6 indagaron acerca de la ocupación, la carrera, el semestre y el estado civil del participante. En la segunda sección se obtuvieron las prevalencias de consumo de alcohol con respuestas dicotómicas, si y no para alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes, en los últimos siete días, así como la edad de inicio de consumo y la cantidad de bebidas que consume en un día típico con las preguntas de la 7-12.

Con el Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook (Moreno et al., 2010) [LCCAF] (Apéndice C) el investigador principal y un segundo investigador realizaron una revisión de la página personal de Facebook de los participantes. Se buscaron contenidos que hicieran referencia al alcohol y la intoxicación por el consumo de este, tanto de manera escrita como en imágenes, fotografías y videos. Los perfiles se analizaron en cuatro secciones: la descripción del perfil e historias destacadas, las páginas relacionadas al consumo de alcohol en la sección de “me gusta”, la sección de fotografías y los contenidos en el muro del participante, ya sea publicados por el

participante o en los que haya sido etiquetado por sus amigos.

El libro de códigos fue diseñado por Moreno et al. (2010), a propósito de este estudio, los investigadores buscaron los contenidos de alcohol de la fecha actual hasta 12 meses atrás dentro del perfil, cada contenido de alcohol se registró, describió y contabilizó dentro del Formato de Visualización de Contenido Relacionado con el Alcohol en Facebook (Apéndice C) en un libro de Microsoft Excel®. Cabe mencionar que se consideró también los contenidos de alcohol a los que eran etiquetados los participantes.

Los contenidos de alcohol se clasificaron tal como lo señalan los autores del libro de códigos; en contenido de alcohol visualizado, es en el que se hace referencia al consumo de bebidas alcohólicas a través una fotografía, texto o video; y el contenido intoxicación o problemas con el alcohol visualizado, en un fotografía, texto o video en el que se haga referencia a los criterios clínicos CRAFFT (Knight, et al., 1999) que incluye: manejar un auto bajo los efectos del alcohol, beber para relajarse, beber alcohol solo, olvidarse de lo que sucedió mientras bebía o perder el conocimiento, tener amigos o familia que le piden reducir el consumo de alcohol o involucrarse en problemas relacionados con el consumo de alcohol como ser arrestado. Los perfiles de Facebook sin contenido de alcohol se clasificaron en la categoría de alcohol no visualizado.

Para fines de examinar como se representa el consumo de alcohol en las referencias textuales y visuales en Facebook de los participantes de este estudio, a criterio del autor principal se realizó un ejercicio de análisis cualitativo en el que se categorizó los contenidos de alcohol: del participante, fotografías de bebidas alcohólicas, consumo de alcohol con amigos, consumo de alcohol con una pareja sentimental,

consumo de alcohol en fiestas o reuniones, publicidad de alcohol, páginas de intereses con alcohol, festividades culturales con alcohol (Día de la Independencia, Halloween, Navidad, entre otros.), de los efectos del consumo y celebridades con el consumo de alcohol (música, cine, redes sociales, entre otros).

La Escala de Percepción de Normas Sociales [EPNS] (Apéndice D) es derivada del concepto de normas sociales de Borsari y Carey (2003) y fue elaborado por Trockel et al., (2003), está conformado por 26 reactivos, los cuales están divididos en dos subescalas: normas sociales descriptivas y normas sociales prescriptivas.

La primera subescala examina la frecuencia y cantidad de consumo de alcohol en la última semana y en una semana típica de consumo por parte de sus referentes importantes (amigos o compañeros de clase) y está compuesta por los reactivos del 1 al 14, para su interpretación se calculó el índice de las subescalas. Las preguntas 1-4, hacen referencia la cantidad de consumo de alcohol de un compañero típico de la escuela y el consumo de alcohol típico de un amigo cercano. Las preguntas de la 5-12, preguntan al estudiante sobre el porcentaje de estudiantes y amigos cercanos que percibe que consumen 4 o más bebidas en hombres y 2 o más bebidas en mujeres durante la última semana y en una semana típica. Los reactivos 13 y 14 hacen mención sobre como el joven califica el consumo típico los estudiantes en su escuela y el de sus amigos cercanos.

La segunda subescala evalúa la aprobación del consumo de alcohol por los estudiantes de sus escuela y amigos cercanos, y esta se compone de los reactivos del 15 al 26; las preguntas 14-20 se refieren a la aprobación del consumo de alcohol por parte de sus amigos; las preguntas de la 21-26 mencionan sobre la aprobación del consumo de

alcohol por parte de un referente (estudiante típico).

En la subescala de normas sociales descriptivas, las preguntas tienen opción de respuesta abierta (ítems del 1 al 14), para su interpretación se calculó un índice tomando como referencia para el valor máximo, la sumatoria más alta obtenida de los participantes. Para la segunda subescala de normas sociales prescriptivas (ítems del 15 al 26), las respuestas son en escala tipo Likert de 5 puntos, de “*Totalmente en desacuerdo*” con un valor 1, hasta “*Totalmente de acuerdo*” con un valor de 5, con un puntaje mínimo de 12 y máximo de 60. También se calculó un índice para su proceso estadístico.

Trockel et al. (2003) reportaron una buena consistencia interna para la escala de normas sociales prescriptivas en universitarios estadounidenses con un Alpha de Cronbach de .90; además, esta escala se ha utilizado en adolescentes mexicanos (Alonso et al., 2009) en donde se realizó una traducción al español, obtuvo un Alpha de Cronbach de .76, además fue sometido a la validez de contenido por un panel de cuatro expertos; para este estudio se obtuvo una Alpha de Cronbach de .85 para ambas subescalas.

El Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol [AUDIT] (Apéndice E) es un instrumento de tamizaje desarrollado por la Organización Mundial de la Salud [OMS] (2001), el cual se ha utilizado en diferentes culturas, edades y grupos poblacionales. Fue validada en población mexicana mayor de 18 años por De la Fuente y Kershenobich (1992), los reactivos examinan el consumo del alcohol en el último año y valoran patrones de consumo de riesgo, dependiente y dañino.

El instrumento está conformado por 10 reactivos, las opciones de respuesta son en una escala tipo Likert con puntuación del 0 al 4, para su interpretación se realizó la

sumatoria de la subescalas, el primer dominio valora el patrón de consumo sensato (reactivos del 1 al 3), y pregunta acerca de la frecuencia y cantidad de consumo de alcohol, el segundo dominio (reactivos del 4 al 6) se enfoca en el tipo de consumo dependiente, analiza síntomas de dependencia como la pérdida de control y aumento de la relevancia del consumo.

Por último, el dominio del tipo de consumo dañino (reactivos del 7 al 10) indaga en sentimientos de culpa tras el consumo, lagunas de memoria, lesiones relacionadas con el alcohol o que otros se preocupen por el consumo. De acuerdo con la OMS (2001), se consideran los siguientes puntos de corte: 0 indica que no existe el patrón del consumo de alcohol, las puntuaciones de 1 a 7 indican un patrón de consumo sensato, mientras que de 8 a 19 puntos se muestra un patrón dependiente, así mismo se menciona que las puntuaciones de 20 a 40 se considera como un patrón de consumo dañino. Ha mostrado ser un instrumento con buena consistencia interna, ya que se han observado en estudios Alphas de Cronbach que oscilan entre el .85 a 0.92 (De la Fuente & Kersenobich, 1992; Navarro-Oliva et al., 2018).

Procedimiento de Recolección de Datos

Una vez aprobado el estudio por el Comité de Investigación y de Ética en Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, se acudió a la institución educativa seleccionada para exponer a los directivos el estudio el propósito y se solicitó la autorización por escrito.

Debido a la contingencia por la pandemia de COVID-19, la recolección de datos se llevó de manera virtual. Primero, se solicitó a las autoridades de la institución la lista de los grupos, mismos que se aleatorizaron para la selección de la muestra. A los grupos

se les contactó por videollamada en la plataforma de Microsoft Teams, en la reunión virtual con los estudiantes se les explicó de forma clara y sencilla el propósito del estudio y el tiempo estimado del llenado de los cuestionarios.

Para la recolección de datos, participaron los estudiantes que cumplían con los criterios de inclusión y aceptaron participar en el estudio. Al inicio se les pidió el llenado de un formulario en línea a través de un enlace web, durante la aplicación podían externar dudas respecto al llenado del formulario en la misma videollamada o si lo preferían podían hacerlo de manera privada a través de un mensaje al correo electrónico del autor principal o el chat privado de Microsoft Teams®. Posteriormente el investigador observó el perfil de Facebook de cada estudiante para contar y describir los contenidos relacionados con el alcohol en su perfil.

En el formulario (<https://forms.office.com/r/mmAnEgdafS>), primero aceptaron el consentimiento informado, después dieron respuesta a la Cédula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol (CDSPCA), y a los dos instrumentos: la Escala de Percepción de Normas Sociales (EPNS; Borsari & Carey, 2003), y el Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992). Finalmente, se les pidió a los estudiantes que colocaran el enlace web de su perfil personal de Facebook y abrieran su cuenta para aceptar la solicitud de amistad de la cuenta de investigación.

Se les explicó que nadie ajeno a la conducción del estudio podía observar información de los participantes, y que los participantes tampoco podrán interactuar (escribir o “reaccionar” a los contenidos) con la cuenta de la investigación (<https://www.facebook.com/ye.hs.144>).

Una vez se tuvo acceso al perfil del universitario, el investigador se apoyó en el Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook y tuvo 30 días para visualizar, describir y contar los contenidos relacionados con el alcohol. Posterior a ello, la cuenta de investigación fue eliminada, lo cual se les mencionó a los participantes, así mismo se les indicó a los estudiantes que quienes no desearan colaborar eran libres de retirarse en cualquier momento. Una vez terminado la colecta de datos se agradeció por su participación en la investigación, reiterando completa confidencialidad y privacidad en la información obtenida.

A propósito de recuperar y completar datos, se les pidió a los participantes datos de contacto como su número de celular o una red social (Messenger o WhatsApp). Sólo se estableció contacto en máximo dos ocasiones con aquellos participantes que no habían aceptado la solicitud de amistad de la cuenta de investigación en Facebook o quienes habían dejado incompleta alguna pregunta en el formulario.

Consideraciones Éticas

El estudio se apegó a las disposiciones establecidas por la Ley General de Salud en materia de la Investigación para la Salud (SS, 1987) en su última reforma publicada (SS, 2014). El Título Segundo, de los aspectos éticos de los seres humanos, Capítulo I, Artículo 13, menciona que en cada participante debe prevalecer el criterio del respeto a su dignidad, y la protección de sus derechos y bienestar. Para cumplir con lo estipulado se mantuvo el anonimato de la información proporcionada por los participantes, al no identificar con su nombre en ninguno de los instrumentos, así mismo para el contenido observado a través del perfil de Facebook, se garantizó la privacidad para mantener el anonimato, como el ocultar los amigos en común con la cuenta de investigación,

tampoco se permitió que los participantes ni el investigador interactuaran con “reacciones” o comentarios en las publicaciones de las cuentas.

Además, el investigador solo tuvo acceso a las cuentas de los participantes por 30 días después de aceptada la solicitud de amistad, posterior a ello la cuenta de investigación en Facebook fue eliminada. Así mismo en el Artículo 14, Fracción V, VI, VII y IX, la investigación tuvo un dictamen favorable por parte del Comité de Ética en Investigación y Comité de Investigación de la Facultad de Enfermería de la UANL y se contó con el consentimiento informado del participante, dejando en su poder una copia digital en su equipo.

En el Artículo 16, en ningún momento fue identificado el participante por su nombre con el objetivo de mantener su privacidad y confidencialidad (<https://forms.office.com/r/mmAnEgdafS>), los datos recabados no se proporcionaron a personas ajenas al estudio. Respecto a lo manifestado en el Artículo 17, Fracción II, algunas de las preguntas de los instrumentos pudieron generar sentimientos o emociones negativas en los participantes, por lo tanto, se considera como una investigación de riesgo mínimo, sin embargo, no se presentó ninguna situación al respecto.

Antes de contestar los instrumentos se les indicó que podrían presentarse problemas al momento de contestar la encuesta y que si requerían de algún apoyo podían contactar al autor a través de un número telefónico, correo o mensaje a través a la cuenta de Facebook y se les responderá acerca de cualquier duda, pregunta o apoyo que requirieran.

De acuerdo con los Artículos 20 y Artículo 21, Fracción I, II, III, VI, VII y Artículo 22, se utilizó un consentimiento informado elaborado por la autora del estudio,

aprobado por el Comité de Ética e Investigación, donde el sujeto de investigación autorizó su participación, con pleno conocimiento de los procedimientos y riesgos a los que se sometió, con capacidad de libre elección y sin coacción alguna. Se dieron a conocer el título, justificación y objetivos del estudio, así como los procedimientos a realizarse, propósito, molestias esperadas, garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta o dudas acerca de los procedimientos, riesgos, beneficios y otros asuntos relacionados. De acuerdo con el Capítulo 5, correspondiente a la investigación en grupos subordinados, Artículo 57, el consentimiento informado de los estudiantes no fue influenciado por alguna autoridad y en el Artículo 58, se les recordó a los estudiantes que podrían retirarse del estudio en cualquier momento sin que eso afectara a su situación académica.

Análisis de Datos

Para el análisis de datos, se utilizó el paquete estadístico SPSS® versión 21.0 para Windows. Para la consistencia interna de los instrumentos, se empleó el Coeficiente Alpha de Cronbach, además, se utilizó estadística descriptiva e inferencial para responder a los objetivos del estudio. En la estadística descriptiva, se utilizaron medidas de frecuencias, proporciones y medidas de tendencia central y variabilidad. Previa a la estadística inferencial se realizó la prueba de bondad de ajuste Kolmogórov-Smirnov con corrección de Lilliefors para identificar la distribución de los datos de las variables continuas y numéricas, las cuales no presentaron normalidad, por lo que se utilizó la estadística no paramétrica.

Para el objetivo 1 que señala describir los contenidos relacionados con el alcohol en Facebook se utilizó estadística descriptiva a través de frecuencias, proporciones,

medidas de tendencia central y variabilidad. Para dar respuesta al objetivo 2 (que señala determinar las normas sociales descriptivas hacia el alcohol en los universitarios por sexo) y objetivo 3 (que refiere determinar las normas sociales prescriptivas hacia el alcohol en los universitarios por sexo), se aplicaron frecuencias y proporciones, y se obtuvieron diferencias por sexo a través de la prueba U de Mann-Whitney.

Para responder a los objetivos 4 y 5 que refieren describir el consumo de alcohol a través de prevalencias (global, lápsica, actual e instantánea) e identificar los tipos de consumo de alcohol en los universitarios (sensato, dependiente y dañino), se obtuvieron frecuencias y proporciones, así como la estimación puntual y por intervalo de confianza del 95%. Finalmente, para dar respuesta al objetivo 6 (establecer la relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y el consumo del alcohol en universitarios) se utilizó el Coeficiente de Correlación de Spearman.

Capítulo III

Resultados

En este capítulo se presentan los resultados del estudio titulado: Contenido relacionado con el Alcohol en Facebook, Normas Sociales y Consumo de Alcohol en Universitarios, que se realizó en 209 jóvenes universitarios de una Facultad del estado de Tamaulipas, México. En primer lugar, se reporta la consistencia interna de los instrumentos utilizados, seguido de la estadística descriptiva de los datos sociodemográficos y de las variables de estudio, por último, la estadística inferencial para dar respuesta a los objetivos del estudio.

Confiabilidad de los instrumentos

Con respecto a la confiabilidad de los instrumentos utilizados en el estudio, esta se calculó a través del Coeficiente de Alpha de Cronbach. En la Tabla 1 se muestra que la Escala de Percepción de Normas Sociales (EPNS), mostró una confiabilidad aceptable en su escala total ($\alpha = .92$), como para las subescalas de normas sociales descriptivas y prescriptivas. Así mismo, se muestra la confiabilidad para el Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT) ($\alpha = .85$) y sus subescalas de consumo sensato, consumo dependiente y consumo dañino que obtuvieron confiabilidad aceptable. Los instrumentos tuvieron una consistencia interna aceptable (Grove et al., 2013).

Tabla 1

Consistencia Interna de los Instrumentos

Instrumentos	<i>n</i>	No. de reactivos	Reactivos	α
Escala de Percepción de Normas Sociales (EPNS)	209	26	1-26	.92
Normas Sociales Descriptivas	209	14	1-14	.91
Normas Sociales Prescriptivas	209	12	15-26	.90
Cuestionario de Identificación de los Trastornos de Consumo de Alcohol (AUDIT)	146	10	1-10	.85
Consumo sensato	146	3	1-3	.77
Consumo dependiente	146	3	4-6	.74
Consumo dañino	146	4	7-10	.74

Nota: *n* = total de participantes que contestaron cada instrumento, α = Alpha de Cronbach.

Estadística descriptiva

En este apartado se reportan las características sociodemográficas de la muestra.

En la Tabla 2 se muestra que la mayoría de los estudiantes corresponden al sexo femenino (76.6%), eran solteros (93.8%) y tenían en promedio de edad de 20.0 años (*DE* = 1.8). Con respecto a la ocupación, el 55.0% de los participantes solo estudiaba, mientras que el resto estudiaba y trabajaba. En cuanto al semestre la mayor proporción de los estudiantes cursaba el primer semestre (28.2%), seguido el séptimo semestre (19.1%) y el tercer semestre (14.4%).

Tabla 2

Características Sociodemográficas

	<i>f</i>	<i>%</i>
Sexo		
Femenino	160	76.6
Masculino	49	23.4
Ocupación		
Estudio	115	55.0
Estudio y trabajo	94	45.0
Semestre		
Primer semestre	59	28.2
Segundo semestre	13	6.2
Tercer semestre	30	14.4
Cuarto semestre	16	7.7
Quinto semestre	16	7.7
Sexto semestre	16	7.7
Séptimo semestre	40	19.1
Octavo semestre	19	9.0
Estado Civil		
Soltero	196	93.8
Casado	2	1.0
Divorciado	1	0.4
Unión libre	10	4.8

Nota: *f*= frecuencia, *%*= porcentaje, *n* = 209

Para los datos descriptivos de las normas sociales descriptivas (Tabla 3), los participantes respondieron de un estudiante típico hombre de su escuela consumía en promedio 6.7 (*DE* = 3.9) bebidas alcohólicas y una estudiante típica mujer de su escuela consumían en promedio 4.9 (*DE* = 3.1) bebidas alcohólicas. Para los amigos cercanos, los participantes estiman que un amigo hombre consume 6.1 (*DE* = 4.6) bebidas

alcohólicas y una amiga mujer 3.9 ($DE = 3.2$) bebidas alcohólicas.

Tabla 3

Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas.

Cantidad de bebidas que Consumen los Compañeros y Amigos Cercanos

Reactivos	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	Min	Max
1.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada un estudiante típico (hombre) de tu escuela? Bebidas.	6.7	6.0	3.9	0	24
2.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada una estudiante típica (mujer) de tu escuela? bebidas.	4.9	5.0	3.1	0	20
3.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada un amigo tuyo cercano (hombre)? bebidas.	6.1	5.0	4.6	0	25
4.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada una amiga tuya cercana (mujer)? bebidas.	3.9	3.0	3.2	0	25

*Nota: \bar{X} = media, *Mdn* = mediana, *DE* = desviación estándar, *Min* = mínimo, *Max* = Máximo, $n = 209$*

De acuerdo con la Tabla 4, en promedio los participantes estiman que la mitad ($\bar{X} = 52.3$, $DE = 23.2$) de los estudiantes masculinos consumen 4 o más bebidas alcohólicas y una media de 40.8 ($DE = 22.4$) de las estudiantes femeninas consumen 2 o más bebidas alcohólicas durante la última semana. Con respecto a los amigos cercanos, los participantes estiman que en promedio 45.7 ($DE = 29.8$) de los amigos (hombres) consumen 4 o más bebidas y 35.8 ($DE = 27.6$) de las amigas consumen 2 o más bebidas alcohólicas durante la última semana.

Para la estimación de consumo de alcohol en una sola ocasión de los estudiantes de su escuela, los participantes en promedio reportaron que 48.2 ($DE = 27.2$) de los hombres que consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión y 41.1 ($DE =$

26.1) de las estudiantes mujeres que consumen 2 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión. Para el consumo de los amigos cercanos, los participantes estimaron que en promedio 46.2 ($DE = 30.3$) de los hombres consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión y el 40.2 ($DE = 28.9$) de las amigas consumen 2 o más bebidas alcohólicas.

Tabla 4

Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas. Porcentaje de la Cantidad de Alcohol que Consumen los Compañeros y Amigos Cercanos

Reactivos	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	Min	Max
5.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de los estudiantes de tu escuela (hombres), estimarías que consumieron 4 o más bebidas alcohólicas?	52.3	50.0	23.2	2	100
6.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de las estudiantes de tu escuela (mujeres), estimarías que consumieron 2 o más bebidas alcohólicas?	40.8	40.0	22.4	0	90
7.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de tus amigos cercanos (hombres), estimarías que consumieron 4 o más bebidas alcohólicas?	45.7	50.0	29.8	0	100
8.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de tus amigas cercanas (mujeres), estimarías que consumieron 2 o más bebidas alcohólicas?	35.8	30.0	27.6	0	100
9.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de estudiantes de tu escuela (hombres) estimas que consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión?	48.2	50.0	27.2	0	100

Nota: \bar{X} = media, *Mdn* = mediana, *DE* = desviación estándar, *Min* = mínimo, *Max* = Máximo.

Tabla 4

Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas. Porcentaje de la Cantidad de Alcohol que Consumen los Compañeros y Amigos Cercanos (Continuación...)

Reactivos	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	Min	Max
10.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de las estudiantes de tu escuela (mujeres) estimas que consumen 2 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión?	41.1	40.0	26.1	0	100
11.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de tus amigos cercanos (hombres) estimas que consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión?	46.2	50.0	30.3	0	100
12.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de tus amigas cercanas (mujeres) estimas que consumen 2 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión?	40.2	35.0	28.9	0	100

Nota: \bar{X} = media, *Mdn* = mediana, *DE* = desviación estándar, *Min* = mínimo, *Max* = Máximo.

En la Tabla 5, se muestran los datos descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas, la calificación del consumo de alcohol de los compañeros y amigos cercanos. Se observa que los universitarios consideran que el consumo de alcohol de los estudiantes de su escuela de una escala de 1 a 10 obtuvo un promedio de 5.3 (*DE* = 2.3). Con respecto al consumo del alcohol de amigos cercanos, fue de un promedio de 5.1 (*DE* = 2.7).

Tabla 5

Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas.

Calificación del Consumo de Alcohol de los Compañeros y Amigos Cercanos

Reactivos	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	Min	Max
13.- En una escala del 1 (ningún problema) al 10 (<i>serio problema</i>) ¿cómo calificarías el consumo de alcohol de los estudiantes en tu escuela?	5.3	5.0	2.3	1	10
14.- En una escala del 1 (ningún problema) al 10 (<i>serio problema</i>) ¿cómo calificarías el consumo de alcohol de tus amigos?	5.1	5.0	2.7	1	10

Nota: \bar{X} = media, *Mdn* = mediana, *DE* = desviación estándar, *Min* = mínimo, *Max* = Máximo.

En cuanto a los datos descriptivos de las normas sociales prescriptivas, tal como se muestra en la tabla 6, en los reactivos que hacen referencia al grado de acuerdo percibido de los amigos cercanos con respecto al consumo del alcohol, el 23.4% mencionó que estaban de acuerdo en que sus amigos esperan que ellos consuman alcohol en las fiestas, en el antro o en el reventón.

Con respecto los días en la semana, sólo el 7.7% de los estudiantes mencionaron que están de acuerdo en que sus amigos cercanos esperan que consuman alcohol con ellos entre semana, mientras que el porcentaje de los que están de acuerdo en que sus amigos cercanos esperan que consuman alcohol con ellos los fines de semana fue de 25.8%. El 43.0% de los participantes dijeron que estaban totalmente en desacuerdo en que sus amigos cercanos, esperen que se embriaguen con ellos en las fiestas, el antro o en el reventón.

Para las normas sociales prescriptivas con respecto al grado de acuerdo percibido de un estudiante típico de la escuela con el consumo del alcohol, el 40.1 % dijeron que estaban de acuerdo en que un estudiante típico espera que ellos consuman alcohol en las fiestas, en el antro o en el reventón. Con respecto a los días en la semana, el 18.2% de

los estudiantes mencionaron que están de acuerdo en que un estudiante típico aprueba el consumo de alcohol entre semana, mientras que el 9.0% están de acuerdo en que un estudiante típico espera que consuman alcohol los fines de semana. Finalmente, la proporción más alta de participantes dijeron que el 33.5% que estaban de acuerdo en que un estudiante típico de su escuela aprueba el embriagarse con ellos en las fiestas, el antro o en el reventón.

Tabla 6

Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Prescriptivas

Reactivos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Inseguro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	% <i>(f)</i>	% <i>(f)</i>	% <i>(f)</i>	% <i>(f)</i>	% <i>(f)</i>
15.- ¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos en las fiestas, en el antro, en el reventón?	32.5 (68)	21.5 (45)	9.6 (20)	23.4 (49)	13.0 (27)
16.- ¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos entre semana?	43.1 (90)	32.5 (68)	13.4 (28)	7.7 (16)	3.3 (7)
17.- ¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos durante el fin de semana?	33.5 (70)	19.6 (41)	12.0 (25)	25.8 (54)	9.1 (19)
18. - ¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos durante las fiestas, en el antro, en el reventón?	43.0 (90)	21.1 (44)	16.3 (34)	11.5 (24)	8.1 (17)

Nota: f=frecuencia, %=porcentaje, n= 209

Tabla 6

*Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Prescriptivas
(Continuación...)*

Reactivos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Inseguro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	% (f)	% (f)	% (f)	% (f)	% (f)
19. - ¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos entre semana?	52.6 (110)	25.4 (53)	11.0 (23)	7.7 (16)	3.3 (7)
20. - ¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos los fines de semana?	42.6 (89)	23.0 (48)	14.3 (30)	13.9 (29)	6.2 (13)
21. - ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol en las fiestas, en las pachangas, en el antro, en el reventón?	9.6 (20)	11.5 (24)	23.0 (48)	40.1 (84)	15.8 (33)
22. - ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol entre semana?	18.2 (38)	13.4 (28)	32.5 (68)	29.2 (61)	6.7 (14)
23. - ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol en los fines de semana?	9.0 (19)	9.6 (20)	17.7 (37)	45.0 (94)	18.7 (39)
24. - ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) en las fiestas, en las pachangas, en el antro, en el reventón?	14.8 (31)	10.5 (22)	27.3 (57)	33.5 (70)	13.9 (29)
25. - ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) entre semana?	19.1 (40)	26.8 (56)	31.6 (66)	17.7 (37)	4.8 (10)

Nota: f=frecuencia, %=porcentaje, n= 209

Tabla 6

*Datos Descriptivos de la Escala de Percepción de Normas Sociales Prescriptivas
(Continuación...)*

Reactivos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Inseguro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	% (f)	% (f)	% (f)	% (f)	% (f)
26. - ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) en los fines semana?	5.3 (11)	21.1 (44)	21.5 (45)	36.8 (77)	15.3 (32)

Nota: f=frecuencia, %=porcentaje, n= 209

En cuanto al AUDIT, para la subescala de consumo sensato de alcohol como se muestra en la tabla 7, la mayoría de los estudiantes (55.4%) consumieron alguna bebida alcohólica menos de una vez al mes en el último año, el 35.6% consumió 1 o 2 bebidas y el 29.5% consumió 3 o 4 bebidas en el último año y el 42.4% reportan que consumen 6 o más bebidas menos de una vez al mes en un día típico en el que beben.

Tabla 7

Datos Descriptivos del Dominio de Consumo Sensato del AUDIT

Reactivos	Respuesta	f	%
<i>n</i> = 146			
1. ¿Qué tan frecuente ingieres bebidas alcohólicas cerveza, vinos, bebidas preparadas, tequila, vodka, ron, whisky, brandy, etc.)?	Nunca	14	9.6
	Menos de una vez al mes	81	55.4
	De 2 a 4 veces al mes	42	28.8
	De 2 a 3 veces a la semana	6	4.1
	4 o más veces a la semana	3	2.1

Nota: AUDIT= Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol, f=frecuencia, %=porcentaje, n = cantidad de participantes que consumieron alcohol en el último año.

Tabla 7

Datos Descriptivos del Dominio de Consumo Sensato del AUDIT (Continuación...)

Reactivos	Respuesta	<i>f</i>	%
<i>n</i> = 146			
2. ¿Cuántas cervezas o copas de bebida alcohólica sueles tomar en un día típico de los que bebes (el día que llegas a consumir)?	1 o 2	52	35.6
	3 o 4	43	29.5
	5 o 6	28	19.2
	7 a 9	10	6.8
	10 o más	13	8.9
3. ¿Con que frecuencia tomas 6 o más bebidas alcohólicas en una misma ocasión?	Nunca	59	40.4
	Menos de una vez al mes	62	42.4
	Mensualmente	16	11.0
	Semanalmente	8	5.5
	A diario o casi a diario	1	.7

Nota: AUDIT= Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol, *f*=frecuencia, %=porcentaje, *n* = cantidad de participantes que consumieron alcohol en el último año.

Para el dominio del consumo dependiente del AUDIT, 14.4% de los participantes reporta que menos de una vez al mes no pueden parar de beber una vez que habían comenzado. Además, el 9.6% de los estudiantes mencionan que menos de una vez al mes dejan de hacer algo que debían haber hecho por beber y el 8.2% menos de una vez al mes beben por la mañana, después de haber bebido el día anterior (Tabla 8).

Tabla 8

Datos descriptivos del Dominio de Consumo Dependiente del AUDIT

Reactivos	Respuesta	<i>f</i>	%
<i>n</i> = 146			
4. Durante este último año	Nunca	112	76.7
¿con que frecuencia no pudiste parar de beber una vez que habías comenzado?	Menos de una vez al mes	21	14.4
	Mensualmente	5	3.4
	Semanalmente	5	3.4
	A diario o casi a diario	3	2.1
5. Durante el último año	Nunca	126	86.3
¿con que frecuencia dejaste de hacer algo que debías haber hecho por beber?	Menos de una vez al mes	14	9.6
	Mensualmente	4	2.7
	Semanalmente	1	0.7
	A diario o casi a diario	1	0.7
6. Durante el último año	Nunca	131	89.7
¿con que frecuencia bebiste por la mañana después de haber bebido en exceso el día anterior?	Menos de una vez al mes	12	8.2
	Mensualmente	2	1.4
	Semanalmente	0	0.0
	A diario o casi diario	1	0.7

Nota: AUDIT= Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol, *f*=frecuencia, %=porcentaje, *n*= cantidad de participantes que consumieron alcohol en el último año.

Respecto al dominio de consumo perjudicial del AUDIT (tabla 9), 22.6% de los estudiantes universitarios menos de una vez al mes tuvieron remordimientos o sentimiento de culpa después de haber bebido y el 20.5% menos de una vez al mes olvidó algo de lo que había pasado cuando estuvo bebiendo. El 9.6% de los estudiantes reportan que ellos o alguien resultaron heridos a consecuencia de su ingestión de alcohol, pero no en el último año y el 4.1% mencionaron que algún familiar, amigo o médico se ha mostrado preocupado por su forma de beber en el último año.

Tabla 9

Datos Descriptivos del Dominio Consumo Dañino del AUDIT

Reactivos	Respuesta	<i>f</i>	%
<i>n</i> = 146			
7. Durante el último año	Nunca	109	74.6
¿con que frecuencia tuviste	Menos de una vez al mes	33	22.6
remordimientos o te sentiste	Mensualmente	2	1.4
culpable después de haber	Semanalmente	2	1.4
bebido?	A diario o casi a diario	0	0.0
8. Durante el último año	Nunca	107	73.3
¿Qué tan frecuentemente	Menos de una vez al mes	30	20.5
olvidó algo de lo que había	Mensualmente	5	3.4
pasado cuando estuvo	Semanalmente	2	1.4
bebiendo?	A diario o casi a diario	2	1.4
9. Se ha lesionado o alguien	No	125	85.6
ha resultado herido a	Sí, pero no en el último año	14	9.6
consecuencia de tu ingestión	Sí, en el último año	7	4.8
de alcohol?			
10. ¿Algún familiar, amigo,	No	134	91.8
médico se ha mostrado	Sí, pero no en el último año	6	4.1
preocupado por la forma en	Sí, en el último año	6	4.1
que bebes o te han sugerido			
que le bajas a tu forma de			
beber?			

Nota: AUDIT= Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol, *f*=frecuencia, %=porcentaje, *n*= cantidad de participantes que consumieron alcohol en el último año.

Para responder al primer objetivo describir el contenido relacionados con el alcohol en Facebook, los participantes tenían en promedio 7.8 (*DE* = 13.2) contenidos de alcohol en los últimos 12 meses (Tabla 10), con valor mínimo de cero y el máximo de

94. Para los contenidos de intoxicación o problemas relacionados con el alcohol, la media fue de 0.3 ($DE = 1.3$) contenidos en los últimos 12 meses con valor mínimo de cero y máximo de 11.

Respecto a los contenidos de alcohol en general, los universitarios reportaron en promedio 8.1 ($DE = 14.0$, $Min = 0$ y $Max = 98$) contenidos en su perfil personal de Facebook durante los últimos 12 meses. Es preciso señalar que la media y la mediana para este resultado son distintas ($\bar{X} = 8.1$ y $Mdn = 3.0$), esto se debió a que un participante visualizó 98 contenidos, una cantidad más alta en comparación con el resto de los participantes que tenían menos de 66 contenidos en el último año.

Tabla 10

Número de Contenidos Relacionados con el Alcohol en Facebook

	n	\bar{X}	Mdn	DE	Mín	Max
Promedio de contenidos de alcohol visualizados	209	7.8	3.0	13.2	0	94
Promedio de contenidos de intoxicación visualizados	209	0.3	0.0	1.3	0	11
Promedio del total de contenidos relacionados con el alcohol	209	8.1	3.0	14.0	0	98

Nota: \bar{X} = Media, Mdn = Mediana, DE = Desviación Estándar, Mín = Mínimo, Max = Máximo

Para la categorización sobre la visualización de contenidos de alcohol en Facebook, en la Tabla 11 se muestra que el 35.4% de los estudiantes no tenían contenidos de alcohol, sin embargo, el 54.6% tenían contenidos de alcohol y 10.0% tenían contenidos de intoxicación o problemas con el alcohol.

Tabla 11

Clasificación de las Visualizaciones de los Contenidos de Alcohol en Facebook

Clasificación	Si		No	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Alcohol no visualizado	75	35.9	174	64.1
Alcohol visualizado	134	64.1	75	35.9
Intoxicación o problemas con el alcohol visualizado	26	12.4	183	87.6

Nota: *f*= frecuencia, %=porcentaje, n = 209

Para los contenidos relacionados con el alcohol en Facebook, éstos se dividieron en dos categorías: los contenidos de alcohol visualizados (Tabla 12) y los contenidos de intoxicación o problemas por el consumo de alcohol (Tabla 13). A continuación, se describen algunos de los tipos de contenidos más frecuentes.

En la Tabla 12, se muestra los tipos de contenidos observados en los perfiles de Facebook de los participantes, la mayoría de los universitarios (71.6%) tenían sus propios contenidos del consumo de alcohol, antes, durante o después de la realización de la conducta (antes, “La vida es corta, vamos a tomar alcohol el sábado”, durante, “Son las 3:00 a.m., ya estoy bien ebrio”, o después “Después de todo lo que me tomé, no me dio cruda”).

Más de la mitad de los participantes (64.2%) tenían contenidos de publicidad de alcohol en sus perfiles. Estos incluían: me gusta en páginas de marcas oficiales de alcohol, me gusta en páginas de negocios locales dedicados a la venta y distribución de alcohol en la localidad (bares, centros nocturnos, autoservicios, eventos organizados por marcas de alcohol y servicios de alcohol para eventos a domicilio), así como los contenidos que compartían en su perfil de promociones, concursos, y sorteos

organizados por negocios de la localidad.

El 71.6% de los universitarios compartían contenido del consumo de alcohol desde su propio perfil, el 59.0% de los universitarios tenían fotografías de bebidas alcohólicas en el perfil; las fotografías eran empleadas para expresar su preferencia hacia algún tipo de bebida (comparte fotografía con el texto: “El tequila que yo quiero”, para compartir lo que estaban consumiendo a sus amigos de Facebook (comparte fotografía de lata de cerveza en la mano) o para compartir los ingredientes y cómo se prepara una bebida alcohólica; además, el 64.2% de los estudiantes compartían publicidad del consumo de alcohol en sus perfiles.

Tabla 12

Datos Descriptivos de los Contenidos Relacionados con el Alcohol en Facebook

<i>n</i> =134	<i>f</i>	%
Contenidos del consumo de alcohol...		
del propio participante	96	71.6
Fotografías de bebidas alcohólicas con amigos	79	59.0
con una pareja sentimental	58	43.3
en fiestas o reuniones con alcohol	27	20.1
Publicidad de alcohol	44	32.8
Páginas de intereses	86	64.2
Festividades culturales (Día de la Independencia, Halloween, Navidad, entre otros.)	34	25.4
y los efectos del consumo	33	24.6
Celebridades (música, cine, redes sociales, entre otros)	48	35.8
	17	12.7

Nota: *f* = frecuencia, % = porcentaje, *n* = cantidad de participantes que tenían contenidos de alcohol en su perfil de Facebook.

En la Tabla 13, se muestran los datos descriptivos de los contenidos de intoxicación por consumo de alcohol en Facebook. De los estudiantes que mostraron

contenidos de intoxicación o problemas con el alcohol ($n=26$), la mayoría de estos (57.7%) mostraron contenidos en los que bebían alcohol solos (“Tomando una cerveza, en mi cuarto” o “¿Llorar? Ya soy un adulto, lo tomaré de la manera más madura... alcoholizándome ahora”). Dentro de esta misma categoría, 38.5% de los estudiantes tenían contenidos en los que expresaron que algún amigo o familiar les ha pedido reducir su consumo de alcohol (“Mi amigo quiere que deje de tomar y me hago el ofendido porque quiero seguir tomando” o “Ya es sábado de preocupar a mi mamá por beber alcohol”).

El 19.2% de los universitarios tenían contenidos en los que expresaron manejar o ir en un vehículo bajo los efectos del alcohol, además, el 34.6% tenían contenidos en los que expresaron beber alcohol para relajarse (“Sólo necesito música a todo volumen y alcohol para despreocuparme” o “Una copa de vino para aliviar la tensión y el estrés”), el 57.7% tenían contenidos donde tomaba alcohol él solo. Respecto a los contenidos que mostraron problemas ocasionados por el consumo de alcohol, el 30.8% de los universitarios reportaron distintas consecuencias que tuvieron después de haber bebido alcohol, como compartir cómo fue que comenzó una pelea, o haber causado daños a una propiedad mientras consumían alcohol, el 30.8% tenían contenidos donde refería tener problemas ocasionados por el consumo de alcohol.

Tabla 13

Datos Descriptivos de los Contenidos de Intoxicación por Consumo de Alcohol en Facebook

Contenidos de intoxicación	$n = 26$	f	%
Manejar o ir en un vehículo bajo los efectos del alcohol		5	19.2
Beber para relajarse		9	34.6
Beber solo		15	57.7
Olvidar lo que hizo mientras bebía o perder el conocimiento		1	3.8
Amigos o familia le piden reducir el consumo de alcohol		10	38.5
Tener problemas ocasionados por el consumo de alcohol		8	30.8

Nota: f = frecuencia, %= porcentaje, n = cantidad de participantes que tenían contenidos de intoxicación en su perfil de Facebook.

Estadística inferencial

Para conocer la distribución de las variables continuas como la edad de los participantes, el Índice de las subescalas de Normas Sociales Descriptivas y Prescriptivas (EPNS), el Índice del Cuestionario de Identificación de los Trastornos Debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT), edad, edad de inicio de consumo de alcohol y la cantidad de bebidas alcohólicas en un día típico se empleó la prueba de Kolmogórov-Smirnov con corrección de Lilliefors. Se encontró que las variables no presentaron una distribución normal ($p < .05$), a excepción de las subescalas de los Índices de las Normas Sociales, que presentaron normalidad ($p > .05$), por lo que se utilizó estadística no paramétrica para dar respuesta a los objetivos del estudio (Tabla 14). Los participantes reportaron que consumen 4.2 bebidas alcohólicas ($DE = 2.8$) en un día típico y la edad de inicio fue 16.4 años ($DE = 2.0$).

Tabla 14

Medidas de Tendencia Central, de Dispersión y Prueba de Kolmogórov-Smirnov con Corrección de Lilliefors para las Variables Continuas

Variable	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>	Val. Mín	Val. Max	<i>D^a</i>	<i>p</i>
Edad	209	20.0	20.0	1.8	17	27	.169	.001
Contenidos de alcohol	209	8.1	3.0	14.0	0	98	.280	.001
Normas sociales descriptivas	209	42.1	43.0	19.7	1.87	92.41	.044	.200
Normas sociales prescriptivas	209	42.6	41.6	21.6	2.08	97.92	.052	.200
Edad de inicio de consumo de alcohol	179	16.4	17.0	2.0	5	20	.132	.001
Cantidad de bebidas en un día típico	146	4.2	4.0	2.8	1	16	.150	.001
Consumo de alcohol AUDIT	146	13.5	10.0	13.1	0	72.5	.191	.001

Nota: \bar{X} = Media, *Mdn*= Mediana, *DE*= Desviación Estándar, *D^a*= Prueba de Normalidad, *p*= Significancia

Conforme al segundo objetivo que fue determinar las normas sociales descriptivas hacia el consumo alcohol en los universitarios por sexo, tal como se muestra en la Tabla 15 con los resultados de la prueba U de Mann-Whitney, el índice de normas sociales descriptivas tuvo diferencias significativas ($U = 3081.5, p < .05$) por sexo de los universitarios. En este caso, las mujeres presentaron menor puntuación ($\bar{X} = 40.3, Mdn = 41.0, DE = 19.2$) en comparación con los hombres ($\bar{X} = 47.7, Mdn = 48.0, DE = 20.5$).

Tabla 15

Prueba U de Mann-Whitney para la Escala de Percepción de Normas Sociales Descriptivas por Sexo

	Hombres			Mujeres			U	Valor de p
	\bar{X}	DE	Mdn	\bar{X}	DE	Mdn		
Normas Sociales Descriptivas	47.7	20.5	48.0	40.3	19.2	41.0	3081.5	.024

Nota: \bar{X} = media, Mdn= mediana, U= U de Mann Whitney, p= significancia estadística

Para responder al tercer objetivo, que fue determinar las normas sociales prescriptivas hacia el consumo de alcohol en los universitarios por sexo, en la Tabla 16 se muestran los resultados de la prueba U de Mann-Whitney para el índice de normas sociales prescriptivas por sexo, en donde no se encontraron diferencias significativas por sexo ($p > .05$).

Tabla 16

Prueba U de Mann-Whitney para la Escala de Percepción de Normas Sociales Prescriptivas por Sexo

	Hombres			Mujeres			U	Valor de p
	\bar{X}	DE	Mdn	\bar{X}	DE	Mdn		
Normas Sociales Prescriptivas	45.6	23.1	47.9	41.7	21.1	41.6	3521.0	.281

Nota: \bar{X} = media, Mdn= mediana, U= U de Mann Whitney, p= significancia estadística

Conforme al cuarto objetivo (que fue describir las prevalencias de consumo de alcohol) se encontró lo siguiente (Tabla 17): el 85.6% (IC 95% [81.0, 90.0]) de los estudiantes han consumido alcohol alguna vez en la vida (global), 69.9% (IC 95% [64.0, 76.0]) han consumido alcohol en el último año (lápsica), 46.9% (IC 95% [40.0, 54.0]) han consumido en el último mes (actual) y 25.4% (IC 95% [19.0, 31.0]) han consumido en los últimos siete días (instantánea).

Tabla 17

Prevalencias del Consumo de Alcohol

<i>Prevalencia de Consumo de alcohol n = 209</i>	<i>Si</i>		<i>No</i>		<i>IC 95%</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>LI</i>	<i>LS</i>
Global	179	85.6	30	14.4	81.0	90.0
Lápsica	146	69.9	63	30.1	64.0	76.0
Actual	98	46.9	111	53.1	40.0	54.0
Instantánea	53	25.4	156	74.6	19.0	31.0

Nota: *f*= frecuencia, *%*=porcentaje, *LI*=límite inferior, *LS*=límite superior, *n*=209

En la Tabla 18 se reportan los resultados para el quinto objetivo, que fue identificar los tipos de consumo de alcohol en los universitarios. De acuerdo con el AUDIT, 76.7% (IC 95% [69.7, 83.6]) de los participantes tenían consumo sensato, 19.9% (IC 95% [13.3, 26.4]) tienen consumo dependiente y 3.4% (IC 95% [0.4, 6.4]) consumo dañino.

Tabla 18

Tipos de Consumo de Alcohol

<i>n=146</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>IC 95%</i>	
			<i>LI</i>	<i>LS</i>
Consumo sensato	112	76.7	69.7	83.6
Consumo dependiente	29	19.9	13.3	26.4
Consumo dañino	5	3.4	0.4	6.4

Nota: *f*= frecuencia, *%*=porcentaje, *LI*=límite inferior, *LS*=límite superior, *n* = cantidad de participantes que consumieron alcohol en el último año.

Para el último objetivo, que fue analizar la relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y el consumo del alcohol en universitarios, en la Tabla 19, se muestra el Coeficiente de Correlación de Spearman para las variables. Se observa que los contenidos de alcohol en Facebook tienen una

relación significativa y positiva con las normas sociales descriptivas ($r_s = .244, p = .001$) y con las normas sociales prescriptivas ($r_s = .285, p = .001$); esto indica que a mayor número de contenidos de alcohol en el perfil de Facebook tienen mayor estimación de consumo de bebidas y de aprobación para el consumo de alcohol de sus compañeros y amigos cercanos.

Así mismo, los contenidos de alcohol tuvieron una relación significativa con el consumo de alcohol ($r_s = .361, p = .001$) y los tipos de consumo de alcohol: consumo sensato ($r_s = -.249, p = .001$), dependiente ($r_s = .174, p = .035$), y dañino ($r_s = .196, p = .018$). Lo anterior significa que, a mayor número de contenidos de alcohol en el perfil de Facebook del participante, mayor es el consumo de alcohol, y los tipos de consumo dependiente y dañino.

También se puede observar una correlación estadísticamente significativa y positiva entre las normas sociales descriptivas ($r_s = .302, p = .001$) y las normas sociales prescriptivas ($r_s = .491, p = .001$) con el consumo de alcohol. Esto indica que los estudiantes que estimaron mayor consumo de bebidas y percibieron mayor aprobación para el consumo de alcohol de parte de compañeros y amigos cercanos, tenían mayor consumo de alcohol.

Como resultados adicionales, en cuanto la edad de inicio, se encontraron coeficientes de correlación negativos y significativos con los contenidos de intoxicación relacionados con el alcohol ($r_s = -.148, p = .048$) y el consumo de alcohol ($r_s = -.239, p = .004$). Lo anterior indica que, a menor edad de inicio para el consumo de la primera bebida en los participantes, mayor fue la cantidad de contenidos de intoxicación por el consumo de alcohol en los últimos 12 meses, y mayor es el consumo

de alcohol de acuerdo con el AUDIT. Además, se encontró relación positiva y significativa para el número de bebidas que consumían los participantes en un día típico con los contenidos de alcohol ($r_s = .372, p = .001$), las normas sociales descriptivas, ($r_s = .293, p = .001$); y normas sociales prescriptivas ($r_s = .384, p = .001$). Lo que significa que, a mayor número de contenidos de alcohol en la cuenta de Facebook del participante y mayor estimación y aprobación del consumo de alcohol percibido, mayor era el número de bebidas que consumían los universitarios en un día típico.

Tabla 19

Matriz de Correlación de Spearman para Contenido Relacionado con el Alcohol, Normas Sociales y Consumo del Alcohol

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Edad	1										
2. Edad de inicio de Consumo de alcohol	.399** (.001)	1									
3. Cantidad de Bebidas consumidas en un día típico	.121 (.146)	-.096 (.251)	1								
4. Contenidos de Alcohol en Facebook	.219** (.001)	-.043 (.570)	.370** (.001)	1							
5. Contenidos de Intoxicación por alcohol en Facebook	.007 (.924)	-.148* (.048)	.236** (.004)	.502** (.001)	1						
6. Contenidos (cantidad total) de Alcohol en Facebook	.217** (.002)	-.043 (.564)	.372** (.001)	.999** (.001)	.520** (.001)	1					
7. Normas Sociales Descriptivas	.162* (.019)	-.069 (.361)	.293** (.001)	.242** (.001)	.165** (.017)	.244** (.001)	1				
8. Normas Sociales Prescriptivas	.207** (.003)	-.091 (.223)	.384** (.001)	.283** (.001)	.199** (.004)	.285** (.001)	.400** (.001)	1			
9. Consumo de Alcohol AUDIT	.064 (.440)	.239** (.004)	.676** (.001)	.356** (.001)	.207* (.012)	.361** (.001)	.302** (.001)	.491** (.001)	1		
10. Consumo Sensato	.098 (.241)	.226** (.006)	-.445** (.001)	-.241** (.001)	-.172** (.038)	-.249** (.002)	-.246** (.003)	-.378** (.001)	.738** (.001)	1	
11. Consumo Dependiente	-.103 (.217)	-.141 (.090)	.395** (.001)	.165* (.046)	.125 (.133)	.174* (.035)	.144 (.083)	.269** (.001)	.637** (.001)	-.904** (.001)	1
12. Consumo dañino	-.001 (.987)	-.215** (.009)	.169* (.042)	.196* (.018)	.125 (.134)	.196* (.018)	.257** (.002)	.287** (.001)	.318** (.001)	-.342** (.001)	-.094 (.260)

Nota: AUDIT= Cuestionario de Identificación de los Trastornos Debidos al Consumo, *p<.05. **p<.001

Capítulo IV

Discusión

En el presente estudio fue factible la aplicación empírica de los conceptos de contenidos relacionados con el alcohol en Facebook (Moreno, 2010), normas sociales (Borsari & Carey, 2001) y el consumo del alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992; INPRFM, et al., 2017). La muestra del estudio estuvo conformada por 209 estudiantes universitarios de una institución educativa en el Estado de Tamaulipas, México.

Para el primer objetivo, que fue describir los contenidos relacionados con el alcohol, en el presente estudio se encontró que la mayoría (64.1%) de los estudiantes tenían contenidos de alcohol en su perfil. Lo anterior coincide con lo reportado por Groth et al., (2016), quien reportó porcentajes entre el 60% y el 85%. Esto podría sugerir que los contenidos en los perfiles de Facebook son un relato actualizado de lo que los usuarios quieren mostrar a sus amigos de la red social a través de comentarios, fotografías del usuario, así como de sus intereses y comportamientos sociales con respecto al consumo de alcohol (Ridout, 2019).

Además, la mayoría (64.2%) de los participantes tenían contenidos de publicidad de alcohol en el perfil, lo anterior es similar a lo encontrado por Hoffman (2014) y Robertson et al. (2018), quienes presentaron cantidades similares de contenidos de publicidad de alcohol en los estudios. Es importante señalar que la publicidad de alcohol puede crear un vínculo emocional con el producto e influir en las actitudes y emociones del consumidor (Maani, et al., 2019), la evidencia señala que a nivel de mercadeo, la publicidad en redes sociales expresan un contexto social positivo (asociado con el éxito, fiestas, atractivo físico e intoxicación) que puede atraer a bebedores más

jóvenes y aumentar la tasa de compra/venta de alcohol (Griffin, et al., 2018; Paradis, et al., 2020; Roberson et al., 2018).

Con respecto al segundo objetivo, determinar las normas sociales descriptivas hacia el alcohol en los universitarios por sexo, se encontraron diferencias significativas, los hombres tienen medianas más altas de las normas sociales descriptivas hacia el alcohol ($Mdn= 48.0$) que las mujeres ($Mdn=41.0$). Esto difiere de lo reportado Boyle et al., (2020) quienes no reportaron diferencias en una población universitaria estadounidense. Además, los participantes de este estudio estimaron que los hombres consumen más bebidas alcohólicas ($\bar{X}= 6.7 DE =3.9$) que las mujeres ($\bar{X}= 4.9 DE =3.1$), esto es similar a lo reportado por Pilatti & Pautassi (2017). De acuerdo con lo encontrado en la literatura, esta diferencia se puede asociar a las razones por las que se consume alcohol: mientras que en las mujeres está más relacionado al ocio y al consumo moderado, en los hombres lo conciben como una oportunidad para beber cantidades excesivas, alcanzar a poder, posición social, éxito y/o búsqueda de aceptación (Fernández et al., 2019; Patró-Hernández et al., 2020).

En cuanto al tercer objetivo que fue determinar las normas sociales prescriptivas hacia el alcohol en los universitarios por sexo, no se encontraron diferencias significativas. Esto difiere de un estudio en universitarios estadounidenses desarrollado por Merrill et al. (2016), quienes informaron que las mujeres percibían mayor nivel de aprobación para el consumo de alcohol por parte de sus pares, comparado con los hombres. La similitud en las normas sociales prescriptivas en función del sexo puede ser determinado por varios factores, como la manera en que la publicidad se dirige y representa a las mujeres a través de apropiación de mensajes feministas de igualdad y

empoderamiento (Atkinson, et al., 2022), motivado por la mayor independencia económica y participación en el campo laboral y/o educativo (Fernández & Corral, 2018) o el evidente aumento del consumo de alcohol de las mujeres frente a los hombres en los últimos años (Ramírez & Enríquez, 2020).

En el cuarto objetivo, que menciona describir las prevalencias del consumo de alcohol en los universitarios, se encontró que la mayoría de los jóvenes participantes consumieron alcohol alguna vez en la vida (85.5%), más de la mitad (69.9%) habían consumido en el último año y alrededor de la mitad (46.9%) habían consumido alcohol en el último mes. Al confrontar las prevalencias con estudios recientes en jóvenes mexicanos que estudian en la universidad, se encontraron resultados similares a los del presente estudio. Pese a que estos estudios fueron realizados antes del confinamiento por el COVID-19, la prevalencia de uso de alcohol alguna vez en la vida oscila entre 78.0 % y 88.0 %, en el último año entre el 59.0 % y 84.0 %, y en el último mes entre 32.2 % y 65.2 % (Hinojosa, et al 2017; Navarro et al., 2018; Valdez et al., 2017).

Lo anterior, podría deberse a que cuando los estudiantes ingresan a la universidad ya tienen alguna experiencia previa con el consumo de alcohol, dado que las medias de edad de inicio de consumo se reportan de 16.4 años. Además, otros factores de riesgo de tipo genético, biológico, social, familiar y escolar probablemente este influyendo en el mantenimiento de la conducta de consumo (National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism [NIAAA], 2021). Otra posible explicación de por qué el consumo del alcohol continuó con prevalencias similares a los estudios previos a la pandemia por COVID-19, es que los estudiantes experimentaron trastornos del ánimo y estrés percibido, y que esto se asoció con el consumo del alcohol como un mecanismo

de afrontamiento para dichos efectos psicológicos (Charles, et al., 2021).

Acerca del quinto objetivo, que fue determinar los tipos de consumo de alcohol, se reportó que la mayoría (76.7%) tenían un tipo de consumo sensato, 19.9% de los estudiantes tenían consumo dependiente y 3.4% tenían consumo dañino. Resultados que fueron similares a lo reportado por otros autores en las ciudades de Monterrey, Matamoros y Nuevo Laredo (Hinojosa, et al 2017; Navarro et al., 2018; Valdez, et al., 2017) con porcentajes que están entre el 52.7% y 60.5% para el consumo sensato, entre 19.3% y 24.5% para el consumo dependiente y entre el 0.9% y 4.5% para el consumo dañino.

Es importante destacar que una explicación a los resultados del presente estudio es que conforme los estudiantes ingresan a la universidad tienen más oportunidades para consumir alcohol con sus amigos y compañeros cercanos, debido a la mayor interacción entre ellos y la disminución de la supervisión de los padres (DiGuseppi et al., 2020). Además, desde el contexto de México, (Comisión Nacional contra las Adicciones [CONADIC], 2018), el consumo de los jóvenes se caracteriza por consumo de grandes cantidades en periodos cortos de tiempo, especialmente en los fines de semana.

Para el sexto objetivo del presente estudio se planteó establecer la relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y el consumo de alcohol en universitarios. Se encontró que el contenido relacionado con el alcohol en Facebook y las normas sociales tuvieron una relación positiva y significativa. Lo anterior coincide con Roberson et al., (2018) y Boyle et al., (2020) quienes reportaron relaciones positivas y significativas en población universitaria.

Una posible explicación basada en los resultados del estudio de los participantes

con alcohol visualizado es que el 64.2% tenían contenidos de publicidad, el 43.3% tenían contenidos del consumo con amigos, el 32.8% en fiestas o reuniones con alcohol, el 24.6% en festividades culturales de la localidad y el 12.7% tenían contenidos de alcohol relacionados con alguna celebridad que admiran. De acuerdo con investigaciones de publicidad han mostrado la asociación de imágenes aspiracionales podría modificar las creencias; en el cual influyen las normas sociales (Elías & Jiménez-Marín, 2021; Jiménez-Marín & Pérez-Curiel, 2021; Rivera & Torres, 2018).

En la relación entre el contenido de alcohol en Facebook y el consumo de alcohol (AUDIT), hubo una relación positiva y significativa. Esto coincide con Boyle et al. (2016), Merrill et al. (2016), Steers et al. (2019) y Roberson et al. (2018) quienes documentaron relación positiva significativa entre el contenido de alcohol en Facebook y el consumo de alcohol en universitarios estadounidenses. Desde la Teoría de la Conducta Planeada (Ajzen, 1991), los contenidos de alcohol podrían ser una muestra de la actitud que tiene el individuo hacia la conducta: si ésta es positiva, la intención de realizar el consumo de alcohol es mayor. Esto complementa lo señalado por Hendricks et al., (2018) en un estudio en universitarios, donde encontró que los contenidos de alcohol se muestran con mayor frecuencia en un contexto social positivo.

Con respecto a las normas sociales, se encontró relación positiva y significativa de las normas sociales descriptivas y prescriptivas con el consumo de alcohol. Esto concuerda con lo reportado por Steers et al., (2019), Roberson et al., (2018) y Merrill et al., (2016) en estudios realizados en población universitaria donde se encontró que, a mayor percepción de normas sociales a favor del consumo de alcohol, mayor era el consumo de alcohol de los participantes.

Las normas sociales son determinantes en los comportamientos de salud de las personas según la Teoría de la Conducta Planeada (Ajzen, 1991). Es decir que los individuos al observar el consumo de alcohol en grupos sociales cercanos, les permite reevaluar sus propias percepciones y actitudes, lo que conduce a cambios en la conducta (Merril, et al., 2016; Marley, et al., 2016). Las percepciones erróneas de las normas sociales dentro de las tecnologías como el uso de telefonía móvil o redes sociales presentan desafíos, pues los contenidos relacionados con el alcohol en Facebook se entregan a audiencias de forma masiva y accesible (Dempsey, et al., 2018)

Conclusiones

Con base a los resultados encontrados en este estudio se puede concluir lo siguiente: La mayoría de los estudiantes tienen contenidos relacionados con el alcohol en su perfil de Facebook, los contenidos que muestran, son sobre el consumo propio, seguido de los contenidos de publicidad de alcohol y las fotografías de bebidas alcohólicas fueron los más frecuentes. Mientras que, alrededor de uno de cada diez participantes tenían contenidos de intoxicación o problemas con el alcohol en su cuenta de Facebook, siendo los más frecuentes, beber alcohol solo, amigos y familiares les pidan reducir su consumo y beber para relajarse.

Otros resultados significativos en este estudio fueron las diferencias por sexo para las normas sociales, donde se encontraron diferencias significativas para las mujeres presentando así una menor puntuación en las normas sociales descriptivas en comparación con los hombres. En tanto que, para las normas sociales prescriptivas, la percepción de los estudiantes acerca de la aprobación del consumo alcohol fue muy similar en ambos sexos y careció de diferencia significativa.

Respecto al consumo del alcohol, los estudiantes iniciaron el consumo de alcohol a los 16.4 años y bebían alrededor de 4.2 bebidas en un día típico; la mayoría de los estudiantes han consumido alcohol alguna vez en la vida y con respecto a los tipos de consumo, alrededor de una quinta parte de los participantes respondieron tener un tipo de consumo de dependiente. Lo anterior, indica que el alcohol es una sustancia presente en la vida social de los jóvenes, lo que puede repercutir en consecuencias a su salud, así como llevar a problemas sociales y familiares.

Por último, en cuanto a la relación de las variables del estudio, los hallazgos concuerdan cuando se contrastan con otras investigaciones, e indican que los contenidos de alcohol en Facebook, las normas sociales y el consumo de alcohol en los universitarios se correlacionan positivamente. A partir de los resultados de este estudio, se puede decir que es importante considerar ampliar el entendimiento de las variables, pues los resultados pueden favorecer la creación de estrategias más efectivas para la prevención y reducción del consumo de alcohol en los jóvenes.

Limitaciones

En cuanto a las limitaciones de esta investigación, la muestra provino de una institución de educación superior en el estado de Tamaulipas, por lo que los hallazgos no pueden ser generalizados a poblaciones con características distintas a ésta. Otro aspecto importante es el tipo de diseño (transversal), pues este imposibilita conocer el comportamiento de las variables a través del tiempo y no explica causalidad entre ellas. En este sentido, se sugiere, realizar estudios de diseño longitudinal, para hacer inferencias más certeras del fenómeno de estudio. Por último, debido a la actual pandemia por COVID 19 y las medidas determinadas para el aislamiento social y

cuarentena obligo a los estudiantes a tomar sus clases en línea.

Recomendaciones

Se recomienda a futuro realizar una réplica del estudio en otros niveles educativos, así mismo, podría ser importante indagar en el consumo de otras drogas que fueron observadas en los perfiles de Facebook de los participantes (mariguana y cigarrillos electrónicos), también podría ser factible la investigación en otras redes sociales en donde los jóvenes divulguen información del consumo de estas sustancias, sin la preocupación de la presencia de los padres como lo sucedido en Facebook. Una última recomendación podría ser realizar estudios de diseño mixto en los que se recurra a analizar las experiencias de los jóvenes que visualizan los contenidos relacionados con el alcohol, como una manera de comprender el significado de estos para ellos.

Referencias

- Aguilar-Mena, J., Lazarevich, I., Mendoza-Rodríguez, J. M., & López-Alavez, F. (2019). Consumo de alcohol en estudiantes universitarios mexicanos del área de salud. *Revista de Ciencias*, 20(1-2), 5-13.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aragón, C., Miquel, M., Correa, M., & Sanchis-Segura, C. (2002). Alcohol y metabolismo humano. *Adicciones*, 14(5), 23-42.
- Alonso, M. M., Del Bosque, J., Gómez, M. V., Rodríguez, L., Esparza, S. E. & Alonso, B. (2009). Percepción de normas sociales y consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Anuario Investigación Adicciones*, 10(1), 40-9.
- Angosta, J., Steers, M. L. N., Steers, K., Riggs, J. L., & Neighbors, C. (2019). Who cares if college and drinking are synonymous? Identification with typical students moderates the relationship between college life alcohol salience and drinking outcomes. *Addictive behaviors*, 98, 106046.
- Aragón, C., Miquel, M., Correa, M., & Sanchis-Segura, C. (2002). Alcohol y metabolismo humano. *Adicciones*, 14(5).
- Atkinson, A. M., Meadows, B. R., Emslie, C., Lyons, A., & Sumnall, H. R. (2022). 'Pretty in Pink' and 'Girl Power': An analysis of the targeting and representation of women in alcohol brand marketing on Facebook and Instagram. *International Journal of Drug Policy*, 101, 103547.
- Babor, T. F., Higgins-Biddle, J. C., Saunders, J. B., & Monteiro, M. G. (2001).

Audit. *The Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT): guidelines for use in primary care.*

- Bastien, C. H., Ellis, J. G., Athey, A., Chakravorty, S., Robbins, R., Knowlden, A. P., ... & Grandner, M. A. (2019). Driving after drinking alcohol associated with insufficient sleep and insomnia among student athletes and non-athletes. *Brain sciences, 9*(2), 46.
- Beaglehole, R., Bonita, R., & Kjellström, T. (2008). *Epidemiologia básica*. OPS.
- Borsari, B., & Carey, K. B. (2001). Peer influences on college drinking: A review of the research. *Journal of substance abuse, 13*(4), 391-424.
- Borsari, B., & Carey, K. B. (2003). Descriptive and injunctive norms in college drinking: a meta-analytic integration. *Journal of Studies on Alcohol, 64*(3), 331-341.
- Boyle, S. C., LaBrie, J. W., Froidevaux, N. M., & Witkovic, Y. D. (2016). Different digital paths to the keg? How exposure to peers' alcohol-related social media content influences drinking among male and female first-year college students. *Addictive behaviors, 57*, 21-29.
- Boyle, H. K., Merrill, J. E., & Carey, K. B. (2020). Location-specific social norms and personal approval of alcohol use are associated with drinking behaviors in college students. *Substance use & misuse, 55*(10), 1650-1659.
- Boyle, S. C., Smith, D. J., Earle, A. M., & LaBrie, J. W. (2018). What “likes” have got to do with it: Exposure to peers' alcohol-related posts and perceptions of injunctive drinking norms. *Journal of American College Health, 66*(4), 252-258.
- Charles, N. E., Strong, S. J., Burns, L. C., Bullerjahn, M. R., & Serafine, K. M. (2021).

Increased mood disorder symptoms, perceived stress, and alcohol use among college students during the COVID-19 pandemic. *Psychiatry Research*, 296, 113706.

Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1991). A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. *In Advances in experimental social psychology*, 24, 201-234.

Ceballos, N. A., Howard, K., Dailey, S., Sharma, S., & Grimes, T. (2018). Collegiate binge drinking and social media use among Hispanics and Non-Hispanics. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 79(6), 868-875.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2a ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum. doi: 10.4324/9780203771587

Comisión Nacional contra las Adicciones (2018). 15 de noviembre, *Día Nacional contra el Uso Nocivo de Alcohol*. CONADIC, noviembre 2018.

<https://www.gob.mx/salud/conadic/acciones-y-programas/15-de-noviembre-dia-nacional-contra-el-uso-nocivo-del-alcohol>

De la Fuente, J. R., & Kershenovich, D. (1992). El alcoholismo como problema médico. *Revista Facultad de Medicina UNAM*, 35(2), 47-51.

Dempsey, R. C., McAlaney, J., & Bewick, B. M. (2018). A critical appraisal of the social norms approach as an interventional strategy for health-related behavior and attitude change. *Frontiers in Psychology*, 2180.

DiGuseppi, G. T., Davis, J. P., Meisel, M. K., Clark, M. A., Roberson, M. L., Ott, M. Q., & Barnett, N. P. (2020). The influence of peer and parental norms on first-generation college students' binge drinking trajectories. *Addictive*

Behaviors, 103.

- Elías, R. Z. & Jiménez-Marín, G. (2021). Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual desde una perspectiva multidisciplinar. Editorial Fragua, 13-25.
- Erol, A., & Karpyak, V. M. (2015). Sex and gender-related differences in alcohol use and its consequences: Contemporary knowledge and future research considerations. *Drug and Alcohol Dependence, 156*, 1-13
- Fernández A., V., & Corral, L. I., (2018). Consumo de alcohol y género: diferencias desde la perspectiva de los profesionales de enfermería. *NURE investigación: Revista Científica de enfermería, 15(96)*, 2.
- Fernández, R.M. A., Dema, S. M., & Fontanil, Y. G. (2019). La influencia de los roles de género en el consumo de alcohol: estudio cualitativo en adolescentes y jóvenes en Asturias. *Adicciones, 31(4)*, 260-273.
- Foxcroft, D. R., Moreira, M. T., Santimano, N. M. A., & Smith, L. A. (2015). Social norms information for alcohol misuse in university and college students. *Cochrane database of systematic reviews, (12)*.
- Gaviria, M. M., Correa Arango, G., & Navas, M. C. (2016). Alcohol, cirrosis y predisposición genética. *Revista colombiana de Gastroenterología, 31(1)*, 27-35.
- Ghazali, R., & Patel, V. B. (2016). Alcohol metabolism: general aspects. In *Molecular Aspects of Alcohol and Nutrition*, 17-21.
- Golbeck, J. (2015). *Introduction to social media investigation: A hands-on approach*. Syngress.
- Graupensperger, S., Turrisi, R., Jones, D., & Evans, M. B. (2020). Longitudinal

associations between perceptions of peer group drinking norms and students' alcohol use frequency within college sport teams. *Alcoholism: clinical and experimental research*, 44(2), 541-552.

Griffin, C., Gavin, J., & Szmigin, I. (2018). All night long: Social media marketing to young people by alcohol brands and venues. All night long: social media marketing to young people by alcohol brands and venues. *Alcohol Research UK, University of Bath*.

Groth, G. G., Longo, L. M., & Martin, J. L. (2016). Social media and college student risk behaviors: A mini review. *Addictive behaviors*, 65, 87-91.

Grove, S., Burns, N. & Gray, J. (2013). *The Practice of Nursing Research. Appraisal, Synthesis, and Generation of Evidence*. (7a Ed.) St. Louis, Missouri. Elsevier.

Gutiérrez, K. M., & Cooper, T. V. (2016). The use of social networking sites: a risk factor for using alcohol, marijuana, and synthetic cannabinoids? *Drug and alcohol dependence*, 163, 247-250.

Hendriks, H., Van den Putte, B., Gebhardt, W. A., & Moreno, M. A. (2018). Social drinking on social media: content analysis of the social aspects of alcohol-related posts on Facebook and Instagram. *Journal of medical Internet research*, 20(6), 226.

Hinojosa G. L., Gherardi-Donato, S.E.C., Alonso C, M. M., Cocenas S.R., García, G. P. & Maldonado G. V. (2017). Estrés académico y consumo de alcohol en universitarios de nuevo ingreso/Academic stress and alcohol consumption in new income universities/Estresse acadêmico e consumo de álcool em universitários de nova entrada. *Journal Health NPEPS*, 2(1), 133-147.

- Hoffman, E. W., Pinkleton, B. E., Weintraub Austin, E., & Reyes-Velázquez, W. (2014). Exploring college students' use of general and alcohol-related social media and their associations with alcohol-related behaviors. *Journal of American College Health, 62*(5), 328-335.
- Instituto Nacional de Psiquiatría Ramon de la Fuente Muñiz, Instituto Nacional de Salud Pública, Comisión Nacional Contra las Adicciones & Secretaría de Salud, (2017). Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017: Reporte Alcohol.
- Janssen, T., Treloar P., H., Merrill, J. E., & Jackson, K. M. (2018). Developmental relations between alcohol expectancies and social norms in predicting alcohol onset. *Developmental Psychology, 54*(2), 281–292.
<https://doi.org/10.1037/dev0000430>
- Jiménez-Marín, G. & Pérez-Curiel, C. (2021). Las redes sociales como herramienta de comunicación entre públicos: Endorsement marketing como forma de publicidad. Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual desde una perspectiva multidisciplinar (13-25). Editorial Fragua.
- Kim, Y., Wang, Y., & Oh, J. (2016). Digital media use and social engagement: How social media and smartphone use influence social activities of college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 19*(4), 264-269.
- Knight, J. R., Shrier, L. A., Bravender, T. D., Farrell, M., Vander Bilt, J., & Shaffer, H. J. (1999). A new brief screen for adolescent substance abuse. *Archives of pediatrics & adolescent medicine, 153*(6), 591-596.
- Krieger, H., Young, C. M., Anthenien, A. M., & Neighbors, C. (2018). The

epidemiology of binge drinking among college-age individuals in the United States. *Alcohol research: current reviews*.

- Maani H. N., Bertscher, A., Critchlow, N., Fitzgerald, N., Knai, C., Stead, M., & Petticrew, M. (2019). Recruiting the “heavy-using loyalists of tomorrow”: An analysis of the aims, effects and mechanisms of alcohol advertising, based on advertising industry evaluations. *International journal of environmental research and public health*, 16(21), 4092.
- Marley, S., Bekker, H. L., & Bewick, B. M. (2016). Responding to personalised social norms feedback from a web-based alcohol reduction intervention for students: Analysis of think-aloud verbal protocols. *Psychology & Health*, 31(9), 1007-1024.
- Merrill, J. E., Miller, M. B., Balestrieri, S. G., & Carey, K. B. (2016). Do my peers approve? Interest in injunctive norms feedback delivered online to college student drinkers. *Addictive behaviors*, 58, 188-193.
- Meda, S. A., Gueorguieva, R. V., Pittman, B., Rosen, R. R., Aslanzadeh, F., Tennen, H., ... & Pearlson, G. D. (2017). Longitudinal influence of alcohol and marijuana use on academic performance in college students. *PLoS One*, 12(3).
- Moreno, M. A., Egan, K. G., & Brockman, L. (2011). Development of a researcher codebook for use in evaluating social networking site profiles. *Journal of Adolescent Health*, 49(1), 29-35.
- Moreno, M. A., Briner, L. R., Williams, A., Brockman, L., Walker, L., & Christakis, D. A. (2010). A content analysis of displayed alcohol references on a social networking web site. *Journal of adolescent health*, 47(2), 168-175.

National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (2021). College Drinking.

<https://www.niaaa.nih.gov/publications/brochures-and-fact-sheets/college-drinking#:~:text=Death,injuries%2C%20including%20motor%20vehicle%20crashes.>

NIAAA, 2020 no referido citado en página 56

Navarro-Oliva, E. I. P., Gherardi-Donato, E. C. D. S., Bermúdez, J. Á., & Facundo, F. R.

G. (2018). Uso de Facebook, estrés percibido y consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23, 3675-3681.

Nourse, R., Adamshick, P., & Stoltzfus, J. (2017). College binge drinking and its association with depression and anxiety: A prospective observational study. *East Asian archives of psychiatry*, 27(1), 18-25.

Larkin, C., Griffin, E., Corcoran, P., McAuliffe, C., Perry, I. J., & Arensman, E. (2017). Alcohol involvement in suicide and self-harm. *Crisis*.

Organización Mundial de la Salud (2001). *AUDIT: The alcohol use disorders identification test: Guidelines for use in primary health care* (No. WHO/MSD/MSB/01.6 a). World Health Organization.

Organización Mundial de la Salud (2018). Nota descriptiva: Alcohol.

<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/alcohol#:~:text=Cada%20a%C3%B1o%20se%20producen%203,%20de%20enfermedades%20y%20trastornos.>

Organización Mundial de la Salud (2019). Informe sobre la situación normal del alcohol y la salud 2018.

https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51352/OPSNMH19012_spa.pdf?s

equence=1&isAllowed=y

Organización Panamericana de la Salud (2019). Informe sobre la situación mundial de alcohol y salud.

https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51352/OPSNMH19012_spa.pdf?s

equence=1&isAllowed=y

Paradis, C., Zhao, J., Joy-Goatley, S., & Stockwell, T. (2020). Original quantitative research-What popular bars post on social media platforms: a case for improved alcohol advertising regulation. *Health Promotion and Chronic Disease Prevention in Canada: Research, Policy and Practice*, 40(5-6), 143.

Patr6-Hernández, R. M., Nieto, Y. R., & Limiñana-Gras, R. M. (2020). Relación entre las normas de género y el consumo de alcohol: una revisión sistemática. *Adicciones*, 32(2), 145-158.

Pilatti, A., Read, J. P., & Pautassi, R. M. (2017). ELSA 2016 cohort: Alcohol, tobacco, and marijuana use and their association with age of drug use onset, risk perception, and social norms in Argentinean college freshmen. *Frontiers in psychology*, 8, 1452.

Ramírez, L. C., & Enríquez, F. E. B. (2020). Consumo de alcohol en mujeres universitarias del Sur del Estado de Veracruz, México. *Investigación en Enfermería: Imagen y Desarrollo*, 22.

Ridout, B. (2019). Drinking Norms and Alcohol Identities in the Context of Social Media Interactions Among University Students: An Overview of Relevant Literature. *Young Adult Drinking Styles*, 115-132.

Rivera, E. O., & Torres, M. M. (2018). La gratificación percibida de los estudiantes

universitarios hacia los anuncios en las comunidades virtuales. *Forum Empresarial*, 23(1), 35-58.

Roberson, A. A., McKinney, C., Walker, C., & Coleman, A. (2018). Peer, social media, and alcohol marketing influences on college student drinking. *Journal of American college health*, 66(5), 369-379.

Santangelo, O. E., Provenzano, S., & Firenze, A. (2018). Knowledge of sexually transmitted infections and sex-at-risk among Italian students of health professions. Data from a one-month survey. *Annali dell'Istituto Superiore di Sanita*, 54(1), 40-48.

Secretaría de Salud (2021). Ley General de Salud. Última Reforma DOF 22-11-2021. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/142_190221.pdf

Secretaria de Salud (1987). *Reglamento de la ley general de salud en materia de investigación para la salud*. <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rlgsmis.html>

Secretaria de Salud (2014). *Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud*. Última reforma publicada DOF 02-04-2014

Secretaría de Salud (2009). Norma Oficial Mexicana para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones. <https://www.cndh.org.mx/DocTR/2016/JUR/A70/01/JUR-20170331-NOR20.pdf>

Steers, M. L. N., Neighbors, C., Wickham, R. E., Petit, W. E., Kerr, B., & Moreno, M. A. (2019). My friends, I'm# SOTALLYTOBER: A longitudinal examination of college students' drinking, friends' approval of drinking, and Facebook alcohol-related posts. *Digital health*, 5.

- Trockel, M., Williams, S. S., & Reis, J. (2003). Considerations for more effective social norms based alcohol education on campus: an analysis of different theoretical conceptualizations in predicting drinking among fraternity men. *Journal of Studies on Alcohol*, 64(1), 50-59.
- Valdez, A. L., Castillo, B. G. Y., Briones, M. R. S., Briones, M. R. S., Pantoja, M. A. V., & Martinez, J. I. V. (2017). Uso de facebook y su relación con el consumo de alcohol en jóvenes universitarios mexicanos/Use of facebook and its relationship with alcohol consumption in young mexican university students/Usó do facebook e sua relação com consumo de álcool... *JOURNAL HEALTH NPEPS*, 2(2), 327-339.
- Valencia-Ortiz, R., Cabero Almenara, J., Garay Ruiz, U., & Fernández Robles, B. (2021). Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 18, 99-125.
- Ward, R. M., & Guo, Y. (2020). Examining the relationship between social norms, alcohol-induced blackouts, and intentions to blackout among college students. *Alcohol*, 86, 35-41.
- Watkins, L. E., Benedicto, R. C., Brockdorf, A., & DiLillo, D. (2020). Physical and sexual intimate partner aggression among college students: examining the roles of cyber intimate partner aggression and alcohol use. *Journal of interpersonal violence*.

Apéndices

Apéndice A

Cédula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol (CDSYPCA)

Instrucciones: Por favor, contesta las siguientes preguntas. Recuerda que la información que proporcionas es anónima y confidencial. Todas las respuestas son importantes y ninguna se considerará correcta o incorrecta. Gracias por tu participación.

I. Datos sociodemográficos

1. ¿Qué edad tienes? _____ años	5. ¿En qué semestre estas? <input type="checkbox"/> Primero <input type="checkbox"/> Segundo <input type="checkbox"/> Tercero <input type="checkbox"/> Cuarto <input type="checkbox"/> Quinto <input type="checkbox"/> Sexto <input type="checkbox"/> Séptimo <input type="checkbox"/> Octavo
2. Eres: <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	
3. ¿Cuál es tu ocupación? <input type="checkbox"/> Estudio <input type="checkbox"/> Estudio y trabajo	6. ¿Cuál es tu estado civil? <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Separado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Unión libre

II. Facebook

7. ¿En los últimos 12 meses has utilizado una cuenta en Facebook? Si No

III. Prevalencias de Consumo de Alcohol

8. ¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcal, etc.) alguna vez en la vida? Si No

9. ¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcal, etc.) en el último año? Si No

10. ¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcal, etc.) en el último mes? Si No

11. ¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcal, etc.) en los últimos siete días? Si No

12. ¿Qué edad tenías cuando consumiste (probaste) una bebida alcohólica por primera vez? _____ años.

13. En un día típico en que tomas alcohol, ¿cuántas bebidas alcohólicas consume? _____ bebidas.

Apéndice C

Criterios en el Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook

(LCCAF)

<p>No visualizado</p>	<p>No hace ninguna referencia al consumo de alcohol</p>
<p>Alcohol visualizado</p>	<p>Referencia a uno o más contenidos del consumo de alcohol, pero sin referencias de intoxicación o problemas con el alcohol.</p> <p>Se observa la bebida alcohólica explícitamente (botella, cerveza o bebida)</p>
<p>Intoxicación o problemas con el alcohol visualizado</p>	<p>Se observa una o más referencias a cualquier intoxicación o comportamiento problemáticos relacionados con el alcohol</p> <p>C: manejar o ir en un vehículo bajo los efectos del alcohol (Car, coche) R: beber para relajarse (Relax, relajante) A: beber alcohol solo (Alone, solo) F: olvidándose de lo que uno hizo, mientras se bebía o perder el conocimiento (Forget, olvida) F: tener amigos o familia que le piden reducir el consumo de alcohol (Friends/Family, amigos / familia) T: meterse en problemas relacionados con el consumo de alcohol como ser arrestado (Trouble, problemas)], con el fin de buscar cualquiera de estas complicaciones en su página personal</p>

Apéndice D

Escala de Percepción de Normas Sociales (EPNS)

Instrucciones: Las siguientes preguntas se responden con números e indagan acerca del consumo de alcohol de tus compañeros de tu escuela y de tus amigos, por favor te pido respondas lo más detallado posible y apegado a tu realidad.

I- Normas Sociales Descriptivas

- 1.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada un estudiante típico (hombre) de tu escuela? _____ bebidas.
- 2.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada una estudiante típica (mujer) de tu escuela? _____ bebidas.
- 3.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada un amigo tuyo cercano (hombre)? _____ bebidas.
- 4.- ¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada una amiga tuya cercana (mujer)? _____ bebidas.
- 5.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de los estudiantes de tu escuela (hombres), estimarías que consumieron 4 o más bebidas alcohólicas? _____ % (0 al 100%).
- 6.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de las estudiantes de tu escuela (mujeres), estimarías que consumieron 2 o más bebidas alcohólicas? _____ % (0 al 100%).
- 7.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de tus amigos cercanos (hombres), estimarías que consumieron 4 o más bebidas alcohólicas? _____ % (0 al 100%).
- 8.- Durante la última semana, ¿qué porcentaje de tus amigas cercanas (mujeres), estimarías que consumieron 2 o más bebidas alcohólicas? _____ % (0 al 100%).
- 9.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de estudiantes de tu escuela (hombres) estimas que consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? _____% de hombres.
- 10.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de las estudiantes de tu escuela (mujeres) estimas que consumen 2 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? _____% de mujeres.
- 11.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de tus amigos cercanos (hombres) estimas que consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? _____% de hombres.
- 12.- En una semana típica, ¿qué porcentaje de tus amigas cercanas (mujeres) estimas que

consumen 2 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? _____% de mujeres.

13.- En una escala del 1 (ningún problema) al 10 (serio problema) ¿cómo calificarías el consumo de alcohol de los estudiantes en tu escuela?

___1 ___2 ___3 ___4 ___5 ___6 ___7 ___8 ___9 ___10

14.- En una escala del 1 (ningún problema) al 10 (serio problema) ¿cómo calificarías el consumo de alcohol de tus amigos?

___1 ___2 ___3 ___4 ___5 ___6 ___7 ___8 ___9 ___10

II. Normas Sociales Prescriptivas

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Inseguro	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo
15.- ¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos en las fiestas, en el antro, en el reventón?	1	2	3	4	5
16.- ¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos entre semana?	1	2	3	4	5
17.- ¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos durante el fin de semana?	1	2	3	4	5
18.- ¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos durante las fiestas, en el antro, en el reventón?	1	2	3	4	5
19.- ¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos entre semana?	1	2	3	4	5
20.- ¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos los fines de semana?	1	2	3	4	5
21.- ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol en las fiestas, en las pachangas, en el antro, en el reventón?	1	2	3	4	5
22.- ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol entre semana?	1	2	3	4	5
23.- ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol en los fines de semana?	1	2	3	4	5
24.- ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) en las fiestas, en las pachangas, en el antro, en el reventón?	1	2	3	4	5
25.- ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) entre semana?	1	2	3	4	5
26.- ¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) en los fines semana?	1	2	3	4	5

Apéndice E

Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT)

Instrucciones: El siguiente cuestionario evalúa su patrón de consumo de alcohol en el último año, por favor lea con atención y responda con la opción con la que más te identifique.

<p>1. ¿Qué tan frecuente ingieres bebidas alcohólicas, cerveza, vinos, bebidas preparadas, tequila, vodka, ron, whisky, brandy, etc.)?</p> <p>0) Nunca 1) Una o menos veces al mes 2) De 2 a 4 veces al mes 3) De 2 a 3 veces a la semana 4) 4 o más veces a la semana</p>	<p>6- Durante el último año ¿con que frecuencia bebiste por la mañana después de haber bebido 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 cervezas o copas de bebida alcohólica sueles tomar en un día típico de los que bebes (el día que llegas a consumir)?</p> <p>0) 1 o 2 1) 3 o 4 2) 5 o 6 3) 7 a 9 4) 10 o mas</p>	<p>7- Durante el último año ¿con que frecuencia tuviste remordimientos o te sentiste culpable después de 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- ¿Con que frecuencia tomas 6 o más bebidas alcohólicas en una misma ocasión?</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 pudiste recordar lo que sucedió o algo de lo que paso cuando estabas 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 el último año ¿con que frecuencia no pudiste parar de beber una vez que habías comenzado?</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 lastimado o alguien ha resultado lastimado como consecuencia de tu ingestión de alcohol?</p> <p>0) No 2) Si, pero no en el último año 4) Si, en último año</p>
<p>5- Durante el último año ¿con que frecuencia dejaste de hacer algo que debías 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 o medico se ha mostrado preocupado por la forma en que bebes o te han sugerido que le bajas a tu forma de beber?</p> <p>0) No 2) Si, pero no en el último año 4) Si, en el último año</p>

Apéndice F

Consentimiento Informado del Participante

Título del Proyecto:

CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN FACEBOOK, NORMAS SOCIALES Y CONSUMO DEL ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS

Investigador responsable: Lic. Yarethzi Elizabeth Huante Sánchez

Director de tesis: Dra. Karla Selene López García

Prólogo

Estimado universitario, estamos interesados en recabar información del contenido relacionado con el alcohol en Facebook, las normas sociales y el consumo de alcohol en los universitarios. Este estudio se realiza como requisito parcial para obtener el grado de Maestría en Ciencias de Enfermería del autor principal. Para que pueda decidir si desea participar es importante que lea detenidamente el propósito del estudio, procedimiento y descripción de su participación voluntaria, y los posibles riesgos y beneficios para usted.

Propósito del Estudio:

El presente estudio tiene como objetivo identificar si tú generas información de alcohol en Facebook, también indaga acerca de cómo tus amigos o compañeros de escuela aprueban y consumen alcohol y el consumo personal de alcohol.

Descripción del Procedimiento:

Si aceptas participar en esta investigación, la participación será completamente anónima, confidencial y en línea.

1. Primero el autor principal del estudio te pedirá que leas y firmes este consentimiento informado.
2. Después se aplicarán de forma electrónica un cuestionario a través de la plataforma de Forms de Microsoft®.
3. Una vez contestados los cuestionarios, te solicitaremos agregarnos en Facebook o nos aceptes al enviarte solicitud de amistad, con la finalidad de observar publicaciones relacionadas con el consumo de alcohol en tu perfil. Al aceptar la solicitud a tu cuenta de Facebook no afectara en tu privacidad, vida social o vida académica, ya que solo se observarán las publicaciones de Facebook desde la cuenta de investigación, sin poder hacer comentarios o tener interacción con tus publicaciones. Se observarán publicaciones por los

12 meses anteriores a la fecha en que se acepte la solicitud de amistad. En nuestra cuenta no podrás observar nuestros amigos en común ya que la cuenta guarda la privacidad para que información solo sea observada por el autor principal. El autor solo tendrá acceso a tu cuenta por 30 días, después de ese tiempo el perfil de investigación será eliminado. Puede retirarse de la investigación en cualquier momento y en caso de que decida dejar de participar, no tendrás ninguna consecuencia académica.

4. Le solicitamos nos proporcione datos de contacto como su número de celular, correo electrónico o una red social (Messenger o WhatsApp) para poder comunicarnos con usted, solo en caso de que alguna respuesta en los cuestionarios haya quedado incompleta.

Riesgos e Inquietudes:

No existe ningún riesgo por participar en este estudio. Sin embargo, si en algún momento de la investigación se llegará a sentir incomodo durante el llenado de los cuestionarios se les dará la opción de tomarse un momento si así lo desearan para después continuar contestando.

Autorización para uso y distribución de la investigación:

Las únicas personas que conocerán su participación en el estudio serán usted y los responsables de la investigación; de ninguna forma se dará información a otras personas. Los resultados de la encuesta podrán ser publicados en artículos científicos, pero únicamente de manera general, nunca se presentará información individualizada del participante. Recuerde que la encuesta será anónima y la información es totalmente confidencial.

Derecho de Retractar:

Su participación es voluntaria. Esta decisión de participar o no participar no afectará su relación actual con las autoridades de la institución educativa. Si usted se siente indispuerto o no desea seguir hablando de estos temas, podrá dejar de contestar en el momento que así lo decida, sin afectar en nada sus derechos.

Preguntas:

Si tiene alguna duda o cuestionamiento con respecto a su participación, por favor comuníquese al Comité de Ética de Investigación de la Facultad de Enfermería (FAEN) de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) en un horario de 9:00 a 14:00 horas, ya sea al teléfono 83481847 o bien acudiendo al domicilio en Avenida Gonzalitos 1500, Colonia Mitras Centro en Monterrey, Nuevo León.

Consentimiento:

Yo, voluntariamente concedo participar en el estudio y que se colecte información sobre mi persona. Se me ha explicado que este estudio es para determinar la relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y consumo de alcohol en universitarios. Aunque Yo he leído la información en este formato y todas mis preguntas han sido contestadas. estoy accediendo a participar en este estudio, no se está renunciando a ningún derecho y puedo cancelar mi participación en el mismo.

¿Acepta participar en el estudio?

- Si acepto
- No acepto

Apéndice G

Consentimiento Informado del Participante en el Formulario en línea



Contenidos en Facebook, normas sociales y consumo de alcohol en universitarios

Estudiante universitario, nos interesa tu participación. Te pedimos que leas atentamente la siguiente información.

Consentimiento informado del participante

Título del Proyecto: Contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y consumo de alcohol en universitarios.

Investigador responsable: Lic. Yarethzi Elizabeth Huante Sánchez

Director de tesis: Dra. Karla Selene López García

Propósito del Estudio:

El presente estudio tiene como objetivo identificar si tú generas información de alcohol en Facebook, también indaga acerca de cómo tus amigos o compañeros de escuela aprueban y consumen alcohol y el consumo personal de alcohol.

Descripción del Procedimiento:

Si aceptas participar en esta investigación, la participación será completamente anónima, confidencial y en línea.

1. Primero, el investigador te pedirá que leas y si estás de acuerdo aceptes el consentimiento informado
2. Después se aplicarán de forma electrónica cuestionarios a través de este formulario.
3. Una vez contestados los cuestionarios, se te pedirá enviar una solicitud de amistad a un perfil de investigación en Facebook con la finalidad de observar publicaciones relacionadas con el consumo de alcohol en tu perfil. Al aceptar la solicitud a tu cuenta de Facebook no afectará en tu privacidad, vida social o vida académica, ya que sólo se observarán los contenidos, sin poder hacer comentarios o tener interacción con tus publicaciones. Se observarán publicaciones en los últimos 12 meses a la fecha en que se acepte la solicitud de amistad. En la cuenta se protegerá la privacidad, ya que no se podrá observar que has aceptado la solicitud de amistad. La cuenta estará vigente solo 30 días, después de ese tiempo el perfil de investigación será eliminado. Podrás retirarte de la investigación en cualquier momento y en caso de que decidas dejar de participar, no tendrás ninguna consecuencia académica.
4. Te solicitamos, proporcionar datos de contacto como Whatsapp o correo electrónico para poder comunicarnos contigo, solo en caso de que alguna respuesta en los cuestionarios haya quedado incompleta.

Riesgos e Inquietudes:

No existe ningún riesgo grave por participar en este estudio. Sin embargo, si en algún momento de la investigación te llegas a sentir incómodo o incómoda durante el llenado de los cuestionarios se te dará la opción de tomar un momento si así lo deseas para después continuar contestando.

Autorización para uso y distribución de la investigación

Las únicas personas que conocerán tu participación en el estudio serás tú y los responsables de la investigación; de ninguna forma se dará información a otras personas. Los resultados de la encuesta podrán ser publicados en artículos científicos, pero únicamente de manera general, nunca se presentará información individualizada del participante. Recuerda que esta encuesta será anónima y la información totalmente confidencial.

Consentimiento:

Yo, voluntariamente concedo participar en el estudio y que se colecte información sobre mi persona. Se me ha explicado que este estudio es para determinar la relación entre el contenido relacionado con el alcohol en Facebook, normas sociales y consumo de alcohol en universitarios. Yo he leído la información en este formato y todas mis preguntas han sido contestadas. Aunque estoy accediendo a participar en este estudio, no se está renunciando a ningún derecho y puedo cancelar mi participación en el mismo.

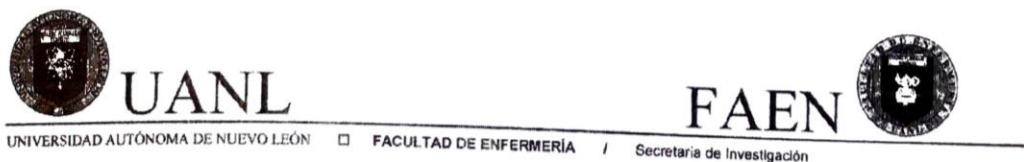
¿Aceptas participar en el estudio?

*

- Si acepto
- No acepto

Apéndice H

Oficio de Solicitud de Autorización



SI-439/2021

DRA. NOHEMÍ SELENE ALARCÓN LUNA

Facultad de Enfermería de Nuevo Laredo

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Presente.-

Por medio de la presente reciba un cordial saludo, asimismo me permito solicitar a Usted de la manera más atenta su autorización para que la estudiante LIC. **YARETHZI ELIZABETH HUANTE SÁNCHEZ**, quien cursa el **Programa de Maestría en Ciencias de Enfermería** que se oferta en esta Facultad, pueda recolectar datos, para la prueba final de su estudio de tesis titulado, "**CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN FACEBOOK, NORMAS SOCIALES Y CONSUMO DEL ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS**". De ser favorecida con esta petición, consistirá en la aplicación de los siguientes instrumentos: 1) Cédula de Datos Sociodemográficos y Prevalencias de Consumo de Alcohol, 2) Libro de Códigos para Contenidos de Alcohol en Facebook, 3) Escala de Percepción de las Normas Sociales y 4) Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol, en un tiempo aproximado de 20 a 25 minutos, estos serán aplicados a Estudiantes Universitarios que asisten a la institución que Usted dignamente dirige. Así también, me permito hacer de su conocimiento que dicho proyecto fue revisado y aprobado por los Comités de Ética en Investigación e Investigación de esta Facultad el día 10 de Mayo del 2021. Quedó registrado en esta secretaría con el número **FAEN-M-1710**.

Agradezco las atenciones que se sirva brindar a la presente y en espera de una respuesta favorable a esta solicitud, aprovecho la oportunidad para reiterarle mi más atenta y distinguida consideración.

Atentamente,

"Alere Flammam Veritatis"

Monterrey Nuevo León, 05 de Agosto de 2021



DRA. KARLA SELENE LÓPEZ GARCÍA
Secretario de Investigación



Apéndice I

Formulario en Línea de los Instrumentos

Datos de contacto

Se te contactará solo en caso de que alguna respuesta en los cuestionarios haya quedado incompleta. Recuerda que tu información es confidencial.

2

¿Cuál es tu número de Whatsapp (10 dígitos)? *

3

¿Cuál es tu correo electrónico? *

7

¿En qué semestre estas? *

- Primer semestre
 Segundo semestre
 Tercer semestre
 Cuarto semestre
 Quinto semestre
 Sexto semestre
 Séptimo semestre

8

¿Cuál es tu estado civil? *

- Soltero
 Casado
 Divorciado
 Separado
 Viudo
 Unión libre

9

¿En los últimos 12 meses has utilizado una cuenta en Facebook? *

- Si
 No

Cedula de datos sociodemográficos

Instrucciones: Por favor, contesta las siguientes preguntas. Recuerda que la información que proporcionas es anónima y confidencial. Todas las respuestas son importantes y ninguna se considerará correcta o incorrecta. Gracias por su participación.

4

¿Qué edad tienes? *

5

¿Cuál es tu sexo? *

- Hombre
 Mujer

6

¿Cuál es tu ocupación? *

- Solo estudio
 Estudio y trabajo

Consumo de alcohol

10

¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcál, etc.) alguna vez en la vida? *

- Si
 No

11

¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcál, etc.) en el último año? *

- Si
 No

12

¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcál, etc.) en el último mes? *

- Si
 No

13

¿Has consumido alcohol (Puede ser cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcál, etc.) en los últimos siete días? *

- Si
 No

14

¿A qué edad consumiste (o probaste) alcohol por primera vez? *

15

En un día típico en que tomas alcohol, ¿cuántas bebidas alcohólicas consumes? *

20

Durante la última semana, ¿qué porcentaje de los estudiantes de tu escuela (hombres), estimarías que consumieron 4 o más bebidas alcohólicas? (0 al 100%). *

21

Durante la última semana, ¿qué porcentaje de los estudiantes de tu escuela (mujeres), estimarías que consumieron 2 o más bebidas alcohólicas? (0 al 100%). *

22

Durante la última semana, ¿qué porcentaje de tus amigos cercanos (hombres), estimarías que consumieron 4 o más bebidas alcohólicas? (0 al 100%). *

23

Durante la última semana, ¿qué porcentaje de tus amigas cercanas (mujeres), estimarías que consumieron 2 o más bebidas alcohólicas? (0 al 100%). *

24

En una semana típica, ¿qué porcentaje de estudiantes de tu escuela (hombres) estimas que consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? (0 al 100% de hombres) *

Escala de percepción de normas sociales (Normas sociales descriptivas)

Instrucciones: Las siguientes preguntas se responden con números y relacionan con el consumo de alcohol de tus compañeros de tu escuela y de tus amigos, por favor te pido respondas lo más detallado posible y apegado a tu realidad.

16

¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada un estudiante típico (hombre) de tu escuela? *

17

¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada un estudiante típico (mujer) de tu escuela? *

18

¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada un amigo tuyo cercano (hombre) de tu escuela? *

19

¿Cuántas bebidas alcohólicas estimas consumió la semana pasada una amiga tuya cercana (mujer) de tu escuela? *

25

En una semana típica, ¿qué porcentaje de estudiantes de tu escuela (mujeres) estimas que consumen 2 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? (0 al 100% de mujeres) *

26

En una semana típica, ¿qué porcentaje de amigos cercanos (hombres) estimas que consumen 4 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? (0 al 100% de hombres) *

27

En una semana típica, ¿qué porcentaje de amigas cercanas (mujeres) estimas que consumen 2 o más bebidas alcohólicas en una sola ocasión? (0 al 100% de mujeres) *

28

En una escala del 1 (ningún problema) al 10 (serio problema) ¿cómo calificarías el consumo de alcohol de los **estudiantes** en tu escuela? (Del 1 al 10) *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Ningún problema

Serio problema

29

En una escala del 1 (ningún problema) al 10 (serio problema) ¿cómo calificarías el consumo de alcohol de tus **amigos**? (Del 1 al 10) *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Ningún problema

Serio problema

Escala de percepción de normas sociales (Normas sociales prescriptivas)

Instrucciones: Por favor selecciona la opción de respuesta que más se apega a tu situación.

30

A continuación, conteste que tan de acuerdo o en desacuerdo esta con lo siguiente: *

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Inseguro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos en las fiestas, en el antro, en el reverón?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos entre semana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mis amigos cercanos esperan que consuma alcohol con ellos durante el fin de semana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos durante las fiestas, en el antro, en el reverón?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mis amigos cercanos esperan que me emborrache (embriague) con ellos durante las fiestas, en el antro, en el reverón?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse e (embriagarse) entre semana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse e (embriagarse) en los fines semana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol en las fiestas, en las pachangas, en el antro, en el reverón?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol entre semana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el consumo de alcohol en los fines de semana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) en las fiestas, en las pachangas, en el antro, en el reverón?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) en las fiestas, en el antro, en el reverón?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Un estudiante típico de mi escuela, aprueba el emborracharse (embriagarse) en las fiestas, en el antro, en el reverón?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cuestionario de Identificación de los Transtornos debidos al Consumo de Alcohol

Instrucciones: El siguiente cuestionario evalúa su patrón de consumo de alcohol en el último año, por favor lea con atención y responda con la opción con la que más se identifique.

31

¿Qué tan frecuente ingieres bebidas alcohólicas, cerveza, vinos, bebidas preparadas, tequila, vodka, ron, whisky, brandy, etc.?

- Nunca
- Una o menos veces al mes
- De 2 a 4 veces al mes
- De 2 a 3 veces a la semana
- 4 o más veces a la semana

32

¿Cuántas cervezas o copas de bebida alcohólica sueles tomar en un día típico de los que bebes (el día que llegas a consumir)?

- 1 o 2
- 3 o 4
- 5 o 6
- 7 a 9
- 10 o más

33

¿Con que frecuencia tomas 6 o más bebidas alcohólicas en una misma ocasión? *

- Nunca
- Menos de una vez al mes
- Mensualmente
- Semanalmente
- A diario o casi a diario

34

Durante el último año ¿con que frecuencia no pudiste parar de beber una vez que habías comenzado? *

- Nunca
- Menos de una vez al mes
- Mensualmente
- Semanalmente
- A diario o casi a diario

35

Durante el último año ¿con que frecuencia dejaste de hacer algo que debías haber hecho por beber? *

- Nunca
- Menos de una vez al mes
- Mensualmente
- Semanalmente
- A diario o casi a diario

39

¿te has lastimado o alguien ha resultado lastimado como consecuencia de tu ingestión de alcohol? *

- No
- Sí, pero no en el último año
- Sí, en último año

40

¿Algún familiar, amigo o médico se ha mostrado preocupado por la forma en que bebes o te han sugerido que le bajes a tu forma de beber? *

- No
- Sí, pero no en el último año
- Sí, en último año

36

Durante el último año ¿con que frecuencia bebiste por la mañana después de haber bebido en exceso el día anterior? *

- Nunca
- Menos de una vez al mes
- Mensualmente
- Semanalmente
- A diario o casi a diario

37

Durante el último año ¿con que frecuencia tuviste remordimientos o te sentiste culpable después de haber bebido? *

- Nunca
- Menos de una vez al mes
- Mensualmente
- Semanalmente
- A diario o casi a diario

38

Durante el último año ¿con que frecuencia no pudiste recordar lo que sucedió o algo de lo que paso cuando estabas bebiendo? *

- Nunca
- Menos de una vez al mes
- Mensualmente
- Semanalmente
- A diario o casi a diario

Facebook

Bienvenido (a) a la última sección de este formulario.

41



Por favor envía una solicitud de amistad al siguiente perfil de investigación:

Nombre de usuario: YE HS

Enlace: <https://www.facebook.com/ye.hs.144>

Por último, en el recuadro de abajo copia y pega tu enlace personal de Facebook o tu nombre en Facebook.

Resumen Autobiográfico

Lic. Enf. Yarethzi Elizabeth Huante Sánchez

Candidato para obtener el grado de Maestría en Ciencias de Enfermería.

Tesis: CONTENIDO RELACIONADO CON EL ALCOHOL EN FACEBOOK, NORMAS SOCIALES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS.

LGAC: Prevención de Adicciones: Drogas Licitas e Ilícitas.

Biografía: La Lic. Yarethzi Elizabeth Huante Sánchez, nacida en Nuevo Laredo, Tamaulipas el 18 de abril del 1995, es hija de la Sra. Verónica Sánchez Valle y del Sr. Alejandro Huante Regalado.

Educación: Egresada de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, campus Nuevo Laredo como Licenciada en Enfermería en el año 2018. Becario del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología para realizar estudios en Maestría en Ciencias de Enfermería en la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en el periodo 2020-2022.

Experiencia Laboral: Pasante del Servicio Social en la Universidad Autónoma de Tamaulipas Facultad de Enfermería Campus Nuevo Laredo Tamaulipas, de Agosto 2017-Febrero 2018. Enfermera en el servicio de otorrinolaringología en el Hospital Especialidades de Febrero 2018 a Enero 2019.

E-mail: yarethzie@gmail.com