

RESISTENCIA A LA PRESIÓN DE GRUPO Y CONSUMO DE ALCOHOL EN 50 JÓVENES UNIVERSITARIOS ENTRE LOS 16 Y 22 AÑOS DE LA UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA MEDELLÍN, EXTENSIÓN IBAGUÉ

RESISTANCE TO PEER PRESSURE AND ALCOHOL CONSUME IN 50 UNIVERSITY STUDENTS BETWEEN 16 AND 22 YEARS OF ST. BONAVENTURE UNIVERSITY - HEAD OFFICE MEDELLIN, IBAGUÉ EXTENTION

José Alonso Andrade Salazar*, Ángela Jineth Yepes Toloza**,
Mayra Lorena Sabogal Guaqueta***

Universidad de San Buenaventura Medellín extensión Ibagué, Colombia

Recibido: Julio 14 de 2012 - Aceptado: Noviembre 15 de 2012

Forma de citar este artículo en APA:

Andrade Salazar, J. A., Yepes Toloza, Á. J. y Sabogal Guaqueta, M. L. (enero-junio, 2013). Resistencia a la presión de grupo y consumo de alcohol en 50 jóvenes universitarios entre los 16 y 22 años de la Universidad de San Buenaventura Medellín extensión Ibagué. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 4(1), 11-22.

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo describir la correlación entre la presión del grupo y el consumo de alcohol en 50 jóvenes universitarios entre los 16 y 22 años estudiantes de la Universidad San Buenaventura Medellín extensión Ibagué en convenio con la Fundación Universitaria San Martín, para lo cual se aplicó el cuestionario de resistencia a la presión de grupo y consumo de alcohol (CRPG) el cual divide la presión de grupo bajo tres componentes: presión de grupo directa, presión de grupo indirecta y nivel de presión percibido. De acuerdo a los hallazgos se encontró que hombres y mujeres presentan puntajes altos (84%) en la resistencia ante la presión de grupo aun cuando evidencian un consumo elevado de alcohol (80%) y de no consumo (20%). La frecuencia de consumo en ambos es moderado (60%) y las bebidas que prevalecen son: la cerveza (42%), el aguardiente (21%) y el ron (16%).

Palabras clave:

Consumo de alcohol, grupo de pares, presión de grupo, presión directa, presión indirecta.

Abstract

The present study aims to describe the correlation between peer pressure and alcohol consumption in 50 university students between 16 and 22 years old, students from the Universidad San Buenaventura Medellin, Ibague Extension in partnership with the Fundacion Universitaria San Martin, for which the Questionnaire of Resistance to Peer Pressure and alcohol consumption (CRPG) was applied, which measures the pressure of the group under three components: direct peer pressure, indirectly peer pressure and pressure level perceived. According to the findings was evident that men and women have high scores (84%) in resistance to peer pressure even if evidence of heavy alcohol consumption (80%) and non-consumption (20%). The frequency of consumption is moderate in both (60%) and beverages that are prevalent: beer (42%), spirits (21%) and rum (16%).

Keywords:

Alcohol consumption, group of young couples, peer pressure, direct pressure, indirect pressure.

* Psicólogo. Docente investigador. Especialista en Gestión de proyectos de desarrollo. Coordinador de investigaciones del programa de psicología de la Universidad de San Buenaventura extensión Ibagué. Colombia, 2013. Email: 911psicologia@gmail.com

** Estudiante de decimo semestre de Psicología de la Universidad de San Buenaventura, extensión Ibagué, en convenio con la Fundación Universitaria San Martín. Email: angela.yepes@hotmail.es

*** Estudiante de decimo semestre de Psicología de la Universidad de San Buenaventura, Medellín, extensión Ibagué, en convenio con la Fundación Universitaria San Martín. Email: Mayra_sabogal013@hotmail.com

Introducción

El consumo de alcohol es una problemática social con un crecimiento exponencial innegable. En los últimos años se ha incrementado su ingesta, situación derivada de factores sociales tales como la enorme tolerancia y aceptación social respecto a su consumo, su fácil accesibilidad, y la asociación entre consumo y adquisición de habilidades sociales, bajo el supuesto de que su ingesta facilita las relaciones entre adolescentes, jóvenes y adultos. La asociación entre consumo de alcohol y diversión tiende a establecerse como referente cultural para muchos de ellos (Dura, T., 2002), y se inicia en una edad cada vez más temprana. En la adolescencia existe una tendencia a aumentar la cantidad y frecuencia de consumo y esto se ve determinado en gran medida por el contexto interpersonal en el que se desenvuelven los jóvenes adolescentes, (colegio, institutos y la universidad). El hecho de aceptar o rechazar el alcohol u otras drogas puede estar vinculado con otro cúmulo de factores que engloban no solo al propio individuo y sus características personales, sino también a todo lo que acontece en cada uno de los contextos en los que se desarrolla. Diversos autores (Barca, Otero, Miron y Santorum. 1986; Sutherland y Shepherd. 2001) han destacado la relación que tiene el consumo de alcohol con los tres principales ámbitos de la vida de los jóvenes adolescentes: la familia, el grupo de pares y la escuela (Carrasco, A., Barriga, S., León, J., 2004).

Estudios (Curran, P., Chassin, L., Stice, E., 1997; Alderete, E., Kaplan, C., Nah, G., Pérez, E., 2008; Carrasco, A., 2004), coinciden en que el alcohol es la droga más popular usada por los jóvenes, que ha mostrado un aumento importante por décadas en muchos países. Una de las fuerzas más poderosas que atrae a los jóvenes al alcohol y otras drogas ilegales es la presión de los pares, en este sentido al no consumir mucha gente se siente avergonzada por ser excluida de una actividad grupal, por lo cual el grupo presiona a la persona y el consumo se institucionaliza en el grupo. Frecuentemente los jóvenes empiezan a beber porque creen que esto les dará una buena imagen, por ello a muchos adolescentes les resulta difícil rechazar el alcohol y cuando empiezan a consumir les falta la experiencia necesaria para entender cuando el alcohol nubla su juicio (Connolly, S., 2006).

El consumo de alcohol en jóvenes y adolescentes es predominantemente de tipo social ya que, el inicio y mantenimiento es dependiente de la aceptación que tiene la familia y el ritual de consumo en la experiencia colectiva. De acuerdo con Londoño, C. y Cols (2005), la cultura universitaria creada por jóvenes les provee de un grupo de afirmaciones positivas acerca del consumo del alcohol y sus efectos, mismas que son incorporadas como creencias dentro de los esquemas cognitivos del joven y actúan como reguladoras del comportamiento de consumo.

Según algunas investigaciones (Londoño, 2005; Flórez, 2002; Mora-Ríos & Natera, 2001; Muracen, Martínez, Aguilar & González, 2001; Informe RUMBOS, 1999-2000; BED, 2000; DNE,

1999-2000) citadas por Londoño, Valencia, Sánchez, León, (2007), las cifras respecto al consumo de alcohol muestran que al menos el 60% de los jóvenes son consumidores moderados, el 20% alcanzan un nivel de consumo considerado perjudicial y el 8% presenta serios indicios de dependencia alcohólica. El consumo de alcohol es un comportamiento cada vez más frecuente en la cultura universitaria, lo que evidencia el desarrollo de una cultura a favor del consumo, pues existen horarios destinados para ello y esto ha favorecido la proliferación de expendios de alcohol y otras sustancias en torno a las instituciones de educación superior. El consumo es reforzado por los grupos a los que pertenecen los jóvenes y por el contexto cultural donde el alcohol es equivalente a diversión.

La participación en varios grupos es un hecho fundamental de la vida social, todos los días emerge una fascinante interacción entre la conducta personal y la de otros pues se crece en entornos socializantes donde los valores, expectativas y patrones conductuales aparecen como “ya establecidos”, llegando a transmitirse de generación en generación (Coon, D., 2005), así, la vida cotidiana muestra una gran diversidad de interacciones sociales en las que se crean, distribuyen y modifican los vínculos y los roles, lo cual genera espacios de encuentro y cohesión social humana llamados grupos; en este sentido Enrique Pichón Rivière (1970) define el grupo como un conjunto restringido de personas, las cuales comparten constantemente espacios temporales, articulando una mutua representación interna, proponiéndose de forma implícita y explícita la ejecución de una tarea que conforma su finalidad e interactuando a través de complejos mecanismos de admisión y adjudicación de roles los cuales definen la operatividad del grupo.

Asimismo, la definición común de grupo, indica que este consta de muchas personas interdependientes que tienen lazos emocionales e interactúan de manera regular. Con interdependencia no solo se quiere decir que los miembros dependan unos de otros para lograr metas de grupo, sino también que los eventos que afectan a un miembro afectan a los otros (Franzoi, S. 2003). Marvin S., (1994) afirma que la dinámica de grupo tiene algo en común y es que sus miembros interactúan, por consiguiente define al grupo como dos o más personas que se interrelacionan y se influyen mutuamente, en este sentido los grupos existen por varias razones: para satisfacer una necesidad de pertenencia, para dar información, para promover recompensas y para alcanzar metas (Myers, D. 2005).

El consumo de alcohol y las empresas que se lucran de consumo del mismo, utilizan el contexto ambiental, la publicidad, la comunidad y la familia para enganchar el consumo, puesto que el contexto que rodea al joven juega un papel importante en la facilitación del consumo de alcohol y otras sustancias; sin embargo es la fuente primaria de socialización del joven la que lo provee de un conjunto de reglas y creencias acerca del mundo en general, y de eventos específicos como ingerir bebidas alcohólicas o no hacerlo. Con base a los patrones de consumo frecuente, las actitudes positivas y creencias de beneficio del consumo de alcohol de figuras de autoridad, familiares, figuras públicas

y otros similares, los jóvenes justifican y mantienen frecuentemente el consumo en el orden de la legalidad socio familiar (Londoño y Cols., 2007).

Según Donaldson, y Cols. (1995), el adolescente puede verse enfrentado a diversas situaciones donde el grupo ejerce presión para que consuma bebidas alcohólicas, estas se clasifican en dos formas presión directa e indirecta. En este sentido, la presión de grupo directa corresponde a la expresión abierta de conductas de incitación al consumo realizada por los pares, que puede estar representada a modo de burlas, peticiones y ofrecimiento de la bebida. La presión de grupo ejercida de manera indirecta se refiere al conjunto de normas y acciones del grupo que de manera implícita le imponen el consumo de bebidas alcohólicas como parte de la vida adolescente, entre las normas evidenciadas se encuentra la de excluir al no consumidor en actividades programadas o sobreestimar a quienes consumen grandes cantidades de alcohol (Londoño y Cols., 2007).

Es innegable la relación entre la presión de grupo y el consumo de alcohol, puesto que los jóvenes en esta etapa son altamente influenciados, especialmente en el momento de estar en grupos, debido a que buscan ser reconocidos con el fin de crear interrelación e interdependencia con otros grupos sociales, lo cual permite la consolidación de la identidad y el sentido de pertenencia. La relación en la presión para el consumo de alcohol indica que en nuestra cultura el consumo de alcohol se ha convertido en parte de las relaciones psicosociales y un estilo de vida para muchos, puesto que desde la infancia el contexto familiar moldea el comportamiento y le enseña al niño que las bebidas alcohólicas hacen parte de las festividades familiares, culturales y sociales.

En este sentido el hecho de tener pares con problemas socio familiares y pares consumidores, es uno de los factores de riesgo asociado al consumo de la mayoría de las sustancias psicoactivas. Esta condición presenta un crecimiento elevado pues, a medida que el adolescente se va haciendo adulto, se incrementan las relaciones conflictivas, siendo los hombres, especialmente los adolescentes mayores y de colegios privados, quienes tienen más pares con problemas familiares y pares consumidores (PDSM, 2005). Lo anterior ha generado preocupación por el tema en el campo de la psicología, puesto que el consumo se percibe como un riesgo para la salud individual, afectando de igual forma la salud pública (Cicua, D., Méndez, M., Muñoz, L., 2008).

El consumo de alcohol en jóvenes es un fenómeno complejo de determinar debido a la multiplicidad de factores asociados, entre los que se encuentran creencias, imaginarios sociales, estilos de vida, estados afectivos, factores motivacionales, procesos conductuales de ingesta, edad, nivel socio-económico, antecedentes familiares de consumo, presión de grupo y en general el patrón disfuncional de consumo de pares y amigos.

Metodología

Esta investigación es de corte empírico analítico, de tipo descriptiva con un diseño descriptivo transversal. La muestra fue no aleatoria y se eligió según los criterios de rango de edad, género y semestre universitario cursado, igualmente se realizó una recolección y análisis de datos de acuerdo con las variables investigadas: resistencia a la presión de grupo y consumo de alcohol en jóvenes universitarios. Los datos se obtuvieron a través del cuestionario de Resistencia a la presión de grupo en el consumo de alcohol, diseñado por Londoño, C., Valencia, C., Sánchez, L., León, L., (2007) el cual se aplicó a jóvenes universitarios de la ciudad de Ibagué, asimismo la correlación estadística entre las variables se realizó a través del programa Excel 2007 de Microsoft Office.

Población

La muestra estuvo comprendida por 50 (25 hombres y 25 mujeres) estudiantes de la Universidad de San Buenaventura Medellín extensión Ibagué en convenio con la Fundación Universitaria San Martín, cuyas edades oscilan entre los 16 y 22 años de edad y se encuentran entre los primeros ocho semestres del ciclo universitario.

Instrumentos

El instrumento utilizado para la presente investigación fue el Cuestionario de Resistencia a la Presión de Grupo, diseñado por Londoño, C., Valencia, S., Sánchez, L. y León, V. (2007), el cual pretende medir la capacidad que tiene el joven para oponerse a la presión ejercida por el grupo de pares para el consumo de alcohol, considerando tres componentes generales de la medida global de resistencia: la resistencia a la presión abierta, la resistencia a la presión indirecta y el nivel de presión percibido. El instrumento tiene 45 ítems distribuidos en los factores antes mencionados con opción de respuesta en una escala tipo Likert impar cuyas alternativas van desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo”.

Procedimiento

Se realizó la carta de petición para la aprobación de la aplicación del cuestionario a las directivas de la institución de educación superior, exponiendo el objetivo, describiendo el instrumento y proceso a llevar a cabo. Una vez aprobada la aplicación se inicia con la administración del cuestionario a 50 estudiantes de la Universidad de San Buenaventura en convenio con la fundación universitaria San Martín. La participación en el estudio fue voluntaria, garantizándose el anonimato y la confidencialidad de los datos obtenidos a través de un consentimiento informado. La aplicación se

realizó de forma grupal y duró alrededor de 20 minutos, durante los cuales los investigadores estuvieron presentes para proporcionar ayuda y verificar la correcta aplicación del cuestionario.

Resultados

Consumo de alcohol. El consumo en general fue medido en 3 aspectos principales, en primer lugar se destaca si los jóvenes consumen o no bebidas alcohólicas; en segundo lugar, la frecuencia de la ingesta y en tercer lugar, la cantidad y tipo de bebidas consumidas. En este sentido el estudio encontró que el 80% de hombres y mujeres reporta consumir bebidas alcohólicas, mientras el 20% restante afirma no consumir. Respecto a la frecuencia, el 20% consumió alcohol por última vez hace una semana o menos, el 10% hace más de una semana, el 16% hace un mes y el 44% hace más de un mes, esto quiere decir que al menos el 30% de los jóvenes universitarios toma alcohol con una frecuencia elevada, misma que se destaca en los hombres con un 36% y en mujeres con un 24%.

En cuanto a la cantidad y el tipo de bebidas ingeridas por los estudiantes universitarios se evidencia que el 62% toman entre 1 y 3 botellas. Según el tipo de bebidas el 42% consume cerveza, el 21% aguardiente, el 16% ron, el 8% vino, un 8% vodka y el 6% restante otro tipo de bebidas alcohólicas, situación que se presenta en ambos géneros. Lo anterior indica que el 63% de los jóvenes universitarios tienen preferencia por la cerveza y el aguardiente. Respecto a la *Resistencia a la presión de grupo*, se encontró que la *resistencia a la presión directa* fue del 84% en ambos géneros. Así mismo el 12% de hombres y el 16% de mujeres presentan una resistencia moderada. La *resistencia a la presión indirecta* esta fue alta presentándose mayor resistencia en hombres (96%) que en mujeres (88%), mientras el 6% es de tipo moderada y predomina en las mujeres. Finalmente, haciendo referencia al *nivel de presión de grupo percibido por el individuo*, el 72% percibe una baja presión por el grupo, el 22% moderada y el 6% alta.

Discusión

Los resultados muestran que gran parte de los jóvenes universitarios incluidos en la muestra consumen frecuentemente bebidas alcohólicas, principalmente la cerveza y el aguardiente, estos resultados son consistentes con estudios adelantados en población colombiana (Londoño y Cols., 2007; 2008; 2010), los cuales fueron realizados con características similares a la muestra utilizada. Es importante tener en cuenta que el consumo de alcohol varía de un individuo a otro, por lo que en el consumo de SPA no existe rigidez en las relaciones causa-efecto, de modo que no es posible establecer generalizaciones respecto al tema. Cabe destacar que el contexto en el que tiene lugar dichas

conductas es decisivo para el consumo, puesto que si los escenarios de la relación entre pares satisfacen o no una necesidad física, psicológica o social, la ingesta de alcohol puede no usarse, continuar o inhibirse. (López C., Ros M., 2001).

En la investigación se evidencia que los jóvenes universitarios reportan un nivel alto de resistencia a la presión de grupo para el consumo de alcohol. Una posible explicación de los resultados es que existe la posibilidad de que el individuo posea autonomía en el momento de consumir bebidas alcohólicas, pues se presenta un alto interés personal hacia el consumo, interés reforzado por el grupo o el contexto cultural en el cual se encuentra inmerso; en este sentido el grupo puede llegar a influir o presionar en ciertos casos hacia el consumo de alcohol, debido a que a esta edad los jóvenes se encuentran en una constante búsqueda de diversión y aceptación por parte de los grupos siendo fácilmente influenciado por éste, aunque exista una baja percepción de la presión ejercida por el grupo para el consumo, los jóvenes universitarios pueden llegar a sentirse excluidos o considerados intrusos si no participan del consumo colectivo.

Es posible que no todos los jóvenes estén expuestos a situaciones donde el grupo ejerza presión sobre ellos, o simplemente responden con alta capacidad de manejo o resistencia. Estudios realizados (Carmona & Chaves, 1991; Gamarra & Rivera, 2000; Londoño y Cols., 2007) evidencian que la definición de la identidad, la búsqueda de reconocimiento y aceptación influyen en el interés del sujeto por usar sus habilidades y en el deseo de oponerse a la invitación del grupo a consumir bebidas alcohólicas. Además, se manifiestan diferencias significativas asociadas al género, que referencian que la experimentación con alcohol, en los hombres tiene una mayor incidencia, manifestándose un alto porcentaje en el tiempo de consumo (más de una semana y un mes), lo anterior se puede relacionar con el hecho de que los hombres asignen mayor cantidad de dinero para este tipo de actividades, además, del patrón cultural que impera en el contexto colombiano, en la cual predomina la aceptación social del consumo de bebidas alcohólicas en los hombres antes que en las mujeres. En cuanto al tipo de bebidas que más consumen los jóvenes universitarios, los resultados obtenidos evidencian que la cerveza, el aguardiente y el ron son las bebidas predilectas por estos, resultados que concuerdan con los de Cicua, D., Méndez, M., Muñoz, L (2008). Lo anterior se relaciona con las estrategias de publicidad utilizadas por las empresas a través de los medios de comunicación que incitan al consumo de bebidas, además de los bajos costos y el fácil acceso a las bebidas (Londoño y Cols., 2007).

Por otra parte, existen factores personales y sociales que inciden en el consumo, dentro de estos se encuentra que el tener una baja autoestima puede establecerse como un factor de riesgo porque el consumo de alcohol emerge como un medio para cambiar la personalidad, agradar a los demás o desinhibirse ante alguien o ante alguna situación social, así, la poca habilidad para solucionar o enfrentar los problemas motiva la búsqueda del alcohol como un escape para los conflictos familiares, sociales y personales. De igual forma se destacan factores sociales que promueven el consumo de

alcohol tales como, la facilidad de adquisición de las bebidas alcohólicas, la promoción y aceptación social de su consumo y los estilos culturales de vida en los cuales se encuentra enmarcado el consumo de alcohol como medio de entretenimiento y socialización (Inglés, C., Delgado, B., Bautista, R., Torregrosa, M., Espada, J., García, J., Hidalgo, M., García, L., 2007; Cicua, D., Méndez, M., Muñoz, L. 2008; y Albarracín, M. & Muñoz, L. 2008).

Londoño y Cols., (2007), destacan que los jóvenes ven al consumo de alcohol como una forma para compartir e interactuar con el grupo de pares y conocer a otras personas, por ello es una forma de socialización reforzante pues el joven encuentra en el consumo un medio para ser aceptado por el grupo de pares y llevar a cabo actividades o comportamientos que no ejecutaría en ausencia del alcohol como cortejar a alguien o bailar. De acuerdo con Valencia, S. y Londoño, C. (2010), el consumo de alcohol es visto como una acción normal, propia de la vida universitaria, necesaria para el intercambio social y productora de sensaciones agradables, en escenarios donde las expectativas y los beneficios percibidos provocan en el joven una baja intención de resistirse ante las demandas del grupo, pues comparte las razones para la ingesta, pero cuando no las comparte su baja capacidad de oponerse, determina el inicio y mantenimiento del consumo.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se debe destacar que quien presenta una resistencia directa alta presenta como factor anexo una resistencia indirecta alta, lo cual indica que los jóvenes universitarios no ceden fácilmente a las burlas, expresiones verbales que incitan abiertamente al consumo o a las acciones implícitas que invitan a consumir, tales como la exclusión del grupo y la sobrestimación de quienes consumen mayor cantidad de bebidas (Londoño y Cols., 2007). Se evidencia además, un nivel de presión percibido bajo y moderado, lo cual indica que los jóvenes universitarios no sienten que su grupo de pares ejerza presión sobre ellos sin embargo, en las mujeres a diferencia de los hombres aumenta el nivel de presión percibida, porque las mujeres seden con mayor frecuencia ante la presión de pares, aunque su resistencia sea alta en cuanto a la presión directa o indirecta.

El estudio encontró que existe relación entre el consumo de alcohol y la presión de grupo para el consumo de bebidas aunque se refleje una alta resistencia, por lo cual es importante explorar los componentes básicos para la comprensión de esta problemática. Asimismo, la revisión de la literatura y los estudios realizados, muestran que la presión de grupo en el consumo de alcohol es poco estudiada dentro el ámbito psicológico, pues existen escasos estudios realizados en población colombiana que sirvan de apoyo para la realización de constructos teóricos y proyectos de desarrollo enfocados a la prevención, intervención y postvención del fenómeno.

Conclusiones y recomendaciones

Es posible determinar que la presión de grupo ya sea directa (expresiones abiertas que incitan al consumo) o indirecta (acciones y normas implícitas hacia el consumo) tiene relación con el consumo frecuente de alcohol, sin embargo, no se puede asegurar que la presión ejercida por el grupo sea un determinante del consumo, puesto que en el estudio se identificó que los jóvenes poseen resistencia para responder ante la presión que ejerce el grupo de pares sobre ellos. Es por esto que se hace necesario reforzar la asertividad, autoestima, inteligencia emocional, entre otros, que permitan a los jóvenes realizar un juicio crítico frente a las situaciones del consumo.

El consumo frecuente de alcohol es una problemática multifactorial donde además de la presión del grupo de pares influyen factores ambientales, culturales, personales y biológicos que inciden en el consumo de la sustancia. En el estudio se evidencia un alto consumo de alcohol, no obstante se debe realizar otros estudios sobre la frecuencia y las variables que inciden en el consumo en otras poblaciones, incluyendo un mayor número de jóvenes universitarios que pertenezcan a diversas universidades y ciudades del país.

Dependiendo de la frecuencia con que se consumen bebidas alcohólicas, se determinó que los hombres presentan mayor intensidad en el consumo. Las bebidas predilectas por los jóvenes universitarios es la cerveza, el aguardiente y el ron, lo cual se relaciona con las campañas masivas de publicidad, el fácil acceso y bajo costo que tienen este tipo de bebidas. Igualmente se identificó que en la cultura universitaria existen creencias a favor del consumo donde el joven percibe un ambiente que promueve el consumo de alcohol como medio de socialización y entretenimiento, es por esto que se convierte en parte de la cotidianidad de los jóvenes, debido al refuerzo obtenido por el grupo en la realización de este tipo de actividades. Por esta razón es importante que las instituciones de educación superior promuevan espacios lúdicos permitiendo a los jóvenes tener opciones alternativas de interacción social.

Referencias

- Albarracín, M., Muñoz, L. (2008). Factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes de los dos primeros años de carrera universitaria. *LIBERABIT revista de psicología*. (014): 49-61.
- Alderete, E., Kaplan, C., Nah, G., Pérez, E. (2008). Problemas relacionados con el consumo de alcohol en jóvenes de la provincia de Jujuy, Argentina. *Salud pública de México*. 50 (4).
- Barca, Otero, Miron y Santorum, (1986); Sutherland y Shepherd, (2001). Determinantes familiares, escolares y grupales del consumo de drogas en la adolescencia. Implicaciones para el tratamiento. *Estudios de psicología*, 25, 103-109.
- Boletín Epidemiológico del Distrito BED (2000). Sistema de vigilancia epidemiológica de consumo de sustancias en la capital. *Secretaría de Salud de Bogotá*. 5, 2 Sem 5-8
- Camacho, I. (2005). Consumo de alcohol en universitarios: relación funcional con los factores sociodemográficos, las expectativas y la ansiedad. *Acta Colombiana de Psicología*. 013 91-119.
- Carmona A. & Chavez R. (1991). Expectativas de efectos positivos del alcohol adquiridas en el ambiente temprano (alcohólicos y no alcohólicos). *Avances en psicología clínica latinoamericana*. 9, 151-162
- Carrasco, A., Barriga, S., León, J. (2004). Consumo de alcohol y factores relacionados con el contexto escolar en adolescentes. *Enseñanza e investigación en psicología*. Vol. 9 (002). Pp. 205-226
- Cicua, D., Méndez, M., Muñoz, L. (2008). Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento Psicológico*. 4 (11): 115-134.
- Connolly, S. (2006). Queensland: Encuesta: consumo excesivo de alcohol se impone en los clubes deportivos. AAP General News Wire
- Coon, D. (2005). *Psicología*. Decima edición. México. Thomson
- Curran, P., Chassin, L., Stice, E. (1997). The Relation Between Adolescent Alcohol Use and Peer Alcohol Use: A Longitudinal Random Coefficients Model. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 65 (1), 130-140
- DNE (1999-2000). *Lucha colombiana contra las drogas. Acciones y resultados*. Bogotá, Presidencia de la República.

- Donaldson, S.L., Graham, I.W., Piccinin, A.N. & Hansen, W.B. (1995). Resistance- skills training and onset of alcohol use: Evidence know beneficial and potentially harmful effects in public schools and in private catholic schools. *Health Psychology*. 14 (4): 291-300.
- Dura, T. (2002). Consumo de alcohol en alumnos de educación secundaria obligatoria. *ANALES Sis San Navarra*. 25 (3). Pp. 281-287
- Flórez, L. (2002). CEMA - PEMA. Un modelo de prevención primaria del consumo abusivo de alcohol con fundamento en el modelo transteórico dirigido a estudiantes de secundaria y universitarios de Bogotá. Ponencia propuesta en el Encuentro Nacional de Investigadores sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas. Rumbos/occsp.
- Franzol, S. (2003). *Psicología social, cuarta edición*. México: McGraw-Hill.
- Gamarra, N. & Rivera A, G. (2000). Fundamento y teorías de las adicciones. Lima, Perú: LAYMAR.
- Gantiva, C., Bello, J., Vanegas, E., Sastoque, Y. (2010). Relación entre el consumo excesivo de alcohol y esquemas mal-adaptativos tempranos en estudiantes universitarios. *Revista colombiana de psiquiatría*. 39(2): 362-374.
- García Teske, E. (2004). Material de uso educativo. Curso de Psicología Educacional: “El proceso grupal” de Enrique Pichón-Rivière. Montevideo. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/21237752/Ficha-122-El-concepto-de-ECRO-y-el-metodo-dialectico>
- Informe RUMBOS (2000). Programa presidencial RUMBOS para la prevención de drogas.
- Inglés, C., Delgado, B., Bautista, R., Torregrosa, M., Espada, J., García, J., Hidalgo, M., García, L. (2007). Factores psicosociales relacionados con el consumo de alcohol y tabaco en adolescentes españoles. *International Journal of Clinical and Health Psychology*. 7(002): 403-420.
- Londoño, C., García, W., Valencia, S., Vinaccia, S. (2005). Expectativas frente al consumo de alcohol en jóvenes universitarios colombianos. *Anales de psicología*. 21 (002): 259 – 267.
- Londoño, C., Valencia, C., Amézquita, M., Cortés, J., Guerra, M., Hurtado, A., Ordóñez, J. (2009). Diseño del cuestionario de creencias referidas al consumo de alcohol para jóvenes universitarios. *Revista diversitas, perspectivas en psicología*. 5 (2).
- Londoño, C., Valencia, C. (2010). Resistencia de la presión de grupo, creencias acerca del consumo y consumo de alcohol en universitarios. *Anales de Psicología*. 26(1) 27-33.

- Londoño, C., Valencia, S. (2008). Asertividad, resistencia a la presión de grupo y consumo de alcohol en universitarios. *Acta colombiana de psicología*. 11(1). Pp. 155-162.
- Londoño, C., Valencia, S., Sánchez, L., León, V. (2007). Diseño del cuestionario de resistencia a la presión de grupo y consumo de alcohol. *Suma psicológica*. Vol. 14(2). Pp. 271-288.
- Londoño, C., Vinaccia, S. (2005). Prevención del abuso en el consumo de alcohol en jóvenes universitarios: lineamientos en el diseño de programas costo – efectivos. *Psicología y Salud*. 15 (002): 241-249.
- López, C., Ros, A. (2001). psicopatología y consumo de alcohol en adolescentes. *Anales de psicología*. Vol. 17. Pp. 177-187.
- Marvin, S. (1994). Dinámica de Grupo. *Psicología de la Conducta de los pequeños grupos*. Editorial Hender. Barcelona.
- Mora, J., & Natera, G. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México. *Salud pública*. 43(2).
- Muracen, I.D.; Martínez, A.J.; Aguilar, J.M. & González, M.R. (2001). Pesquizaje de alcoholismo en un área de salud. *Revista Cubana de Medicina Integral*. 17, 1, 62-67.
- Myers, D. (2005). *Psicología social, octava edición*. México: McGraw-Hill.
- Pérez, A., Scoppetta, O. (2008). Consumo de alcohol en menores de 18 años en Colombia: un estudio con jóvenes escolarizados de 12 a 17 años en 7 capitales de departamento y dos municipios pequeños. *Corporación Nuevos Rumbos*.
- Proyecto diagnostico de salud mental en Ibagué (PDSM). (2005). Recuperado el día 16 de agosto de 2010, de http://grupocisalva.univalle.edu.co/proyectos/informes/InfEjec_Salud_Mental_Ibague.pdf
- Rumbos (1999-2000). Sondeo nacional del consume de drogas en jóvenes. Unidad coordinadora de prevención integral Alcaldía Mayor de Bogotá y Presidencia de la República de Colombia.
- Salazar, I., Arrivillaga, M. (2004). El consumo de alcohol, tabaco y otras drogas, como parte del estilo de vida de jóvenes universitarios. *Revista colombiana de psicología*, 013: 74-89.