

CONSUMO DE ALCOHOL EN ADOLESCENTES ESPAÑOLES. ¿CÓMO INFLUYEN LAS EXPECTATIVAS DE RESULTADO?

Carlos García-Montoliu

Departamento de Psicología Básica, Clínica y Psicobiología
Grupo Salusex. Universitat Jaume I
carlos.garcia@uji.es

Verónica Cervigón-Carrasco

Departamento de Psicología Básica, Clínica y Psicobiología
Grupo Salusex. Universitat Jaume I
cervigon@uji.es

Verónica Estruch-García

Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación
Grupo Salusex. Universitat de València
veronicaestruch11@gmail.com

Olga Fernández-García

Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación
Grupo Salusex. Universitat de València
olga.fernandez-garcia@uv.es

Estefanía Ruiz-Palomino

Departamento de Psicología Básica, Clínica y Psicobiología
Grupo Salusex. Universitat Jaume I
eruib@uji.es

Recepción Artículo: 22 abril 2022

Admisión Evaluación: 22 abril 2022

Informe Evaluador 1: 24 abril 2022

Informe Evaluador 2: 26 abril 2022

Aprobación Publicación: 27 abril 2022

RESUMEN

Según la Encuesta sobre el uso de drogas en la Educación Secundaria Obligatoria (ESO) (Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, 2021), en España la edad media de inicio de consumo de alcohol se sitúa en los 14 años. Además, la prevalencia de consumo en la adolescencia es del 73,9%. Este consumo puede tener efectos perjudiciales a largo plazo, favoreciendo el desarrollo de la dependencia hacia este tipo de sustancias en la edad adulta. Según la literatura científica, uno de los factores subyacentes a este elevado consumo de alcohol sería las expectativas positivas hacia las consecuencias que tiene consumir alcohol. Por tanto, el objetivo principal de este estudio fue analizar la capacidad predictiva de las expectativas hacia el alcohol en su consumo en un grupo de adolescentes españoles. Para ello, se administró a 125 adolescentes de entre 13 y 17 años ($M=14,69$; $DT=0,75$) el Cuestionario de Expectativas hacia el Alcohol para Adolescentes (Pilatti et al., 2010) y un cuestionario elaborado *ad hoc* que evalúa las características del consumo de alcohol. Las expectativas hacia

CONSUMO DE ALCOHOL EN ADOLESCENTES ESPAÑOLES. ¿CÓMO INFLUYEN LAS EXPECTATIVAS DE RESULTADO?

el consumo de alcohol explicaron un 14,1% del consumo (R^2 de Nagelkerke=.141). Según el modelo, las expectativas positivas (sociabilidad, relajación y sexualidad) aumentarían el riesgo de consumo de alcohol ($Wald=11,66$; $p<.001$; $OR=53,70$), mientras que las expectativas negativas (agresividad, deterioro cognitivo y conductual, y estados negativos), actuarían como un factor protector del consumo ($Wald=5,21$; $p=.022$; $OR=0,15$). Teniendo en cuenta la influencia de las expectativas hacia el alcohol sobre el consumo, cobra especial relevancia el diseño de estrategias preventivas dirigidas a desarrollar recursos psicológicos que permitan a los adolescentes conseguir los efectos positivos que anticipan del consumo de alcohol sin la necesidad de consumirlo.

Palabras clave: alcohol; adolescencia; expectativas de resultado; consumo de sustancias; prevención

ABSTRACT

Alcohol consumption among Spanish adolescents. How do the outcome expectations influence? According to the Survey on Drug Use in Secondary Education (ESO) in Spain (Government Delegation for the National Plan on Drugs, 2021), the mean age at onset of alcohol consumption in Spain is 14 years old. In addition, the prevalence of alcohol consumption among adolescents is 73.9%. The alcohol consumption can have long-term harmful effects and increase the likelihood of developing a dependence on this type of substance during adulthood. In accordance with scientific literature, one of the factors underlying the high alcohol consumption would be the positive expectancies towards the consequences of consuming alcohol. Therefore, the aim of this study was to analyse the predictive capacity of expectancies towards alcohol consumption in a group of Spanish adolescents. A total of 125 adolescents between 13 and 17 years old ($M=14.69$; $SD=0.75$) were administered the Cuestionario de expectativas hacia el alcohol (Pilatti et al., 2010) and an *ad hoc* questionnaire to assess the characteristics of alcohol consumption. Expectancies towards alcohol consumption explained 14.1% of consumption (Nagelkerke's $R^2=.141$). Based on the model, positive expectancies (sociability, relaxation and sexuality) would increase the risk of alcohol consumption ($Wald=11.66$; $p<.001$; $OR=53.70$). Negative expectancies (aggressiveness, cognitive and behavioural impaired and negative states) would act as a protective factor against consumption ($Wald=5.21$; $p=.022$; $OR=0.15$). Considering the influence of expectancies towards alcohol on consumption, the design of preventive strategies aimed at developing psychological resources that allow adolescents to achieve the positive effects that associate with alcohol consumption without the need to consume it is especially relevant.

Keywords: alcohol; adolescence; outcome expectancies; substance use; prevention

INTRODUCCIÓN

El consumo de bebidas alcohólicas en España ha ido descendiendo en las últimas décadas (Llamosas-Falcón et al., 2022). No obstante, tal y como refleja la Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES) (Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, 2021), las cifras de consumo entre los adolescentes siguen siendo elevadas. Según esta encuesta, el alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida por los adolescentes españoles, situándose la edad media de inicio del consumo en los 14 años. El 73,9% de los adolescentes informó haber consumido alcohol alguna vez en su vida, el 70,5% haberlo hecho en el último año y el 53,6% en el último mes. Asimismo, el 40% había llegado a emborracharse en el último año. La literatura científica ha destacado un patrón de consumo frecuente entre los adolescentes y que se caracteriza por la ingesta de grandes cantidades de alcohol en un breve periodo de tiempo, conocido como *binge drinking* (Galán et al., 2014). En este sentido, Ballester-Arnal y Gil-Llario (2009) encontraron que, entre los adolescentes que beben alcohol los fines de semana, un 44% puede consumir hasta 1 litro de alcohol y un 20% puede llegar incluso a los 2 litros. Las consecuencias de este elevado consumo se ven reflejadas en los datos recogidos en el estudio de Pulido et al. (2014), en el que se estima que aproximadamente el 10% de las muertes anuales en España son atribuibles, directa o indirectamente, al consumo de alcohol. Estas cifras cobran sentido si se tienen en cuenta los problemas de salud derivados del consumo, así como la mayor asunción de riesgos cuando se está bajo los efectos de esta sustancia. Entre las consecuencias para la salud física se encuentran los trastornos car-

diovasculares, digestivos, hematológicos, osteomusculares, metabólicos, endocrinos, neurológicos, las infecciones y el cáncer (Ahumada-Cortez et al., 2017). Otros autores han destacado el papel del consumo de alcohol en el desarrollo del cerebro adolescente. El impacto neurocognitivo producido por esta sustancia se traduce en alteraciones estructurales y funcionales. Los adolescentes que realizan atracones de alcohol o *binge drinking* tienen un peor desempeño en tareas que implican el uso de la atención, la memoria, las capacidades visuoespaciales y aquellas que requieren del uso de las funciones ejecutivas. Este consumo, además, puede generar cambios cerebrales que favorecen la dependencia de esta sustancia (Spear, 2018). Asimismo, el consumo de alcohol puede actuar como vehículo hacia el de consumo de otras sustancias como el tabaco, el cannabis, la cocaína y el éxtasis, y favorece algunas prácticas de riesgo como la conducción bajo los efectos de las drogas, las peleas o las conductas sexuales de riesgo (Ferreiro et al., 2017).

Existen múltiples factores que favorecen el consumo de alcohol. La literatura científica destaca la influencia de la cultura y las tradiciones, el consumo de otras sustancias psicoactivas, los síntomas depresivos, los problemas de conducta, las actitudes positivas hacia el consumo, las experiencias adversas en la infancia, el consumo por parte de iguales o familiares, la accesibilidad al alcohol (relacionada con el número de horas que el menor está fuera de casa, el número de noches que se sale de casa, el dinero disponible y el acceso al alcohol en supermercados y locales de ocio), la baja percepción de riesgo y las expectativas hacia el consumo, entre otros (Craig et al., 2019; Ferreiro et al., 2017; Gil-Llario y Ballester-Arnal, 2002; Obradors-Rial et al., 2020). Poniendo especial atención en las expectativas de resultado, diversos autores han encontrado que las expectativas positivas relacionadas con el aumento de la sociabilidad y la relajación serían las que favorecerían el consumo de alcohol en mayor medida (Ahumada-Cortez et al., 2018; Peterson et al., 2018; Pilatti et al., 2011). Por su parte, Rivarola-Montejano et al. (2016) elaboraron un modelo de ecuaciones estructurales para explicar el riesgo de consumo. Según estos autores, tanto las expectativas positivas como las negativas actuarían como una variable mediadora entre la impulsividad y el consumo de alcohol. En concreto, las expectativas negativas podrían actuar como un factor protector del consumo. En este sentido, Pilatti et al. (2015) encontraron que los adolescentes abstemios obtuvieron mayores puntuaciones en las expectativas negativas como el aumento de la agresividad y el empeoramiento del estado de ánimo. Las expectativas de resultado tienen una mayor influencia en la adolescencia, lo que junto a otros factores hace que ésta sea considerada un período evolutivo de especial vulnerabilidad hacia el consumo de esta sustancia (Villette y Quertemont, 2015). No obstante, cabe destacar que ninguno de estos estudios se ha llevado a cabo con una muestra de adolescentes españoles, lo que advierte sobre la necesidad de estudiar la influencia de las expectativas en esta población con el objetivo ulterior de diseñar estrategias preventivas específicas dirigidas a reducir el consumo de alcohol.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, este trabajo se planteó como primer objetivo determinar las expectativas más frecuentes de los adolescentes hacia el consumo de alcohol. Y, como segundo objetivo, analizar la capacidad predictiva de las expectativas hacia el alcohol en su consumo en un grupo de adolescentes españoles.

METODOLOGÍA

Participantes

La muestra estuvo compuesta por 125 adolescentes españoles (72 chicas y 53 chicos) de entre 13 y 17 años ($M=14,69$; $DT=0,75$) que cursaban tercero y cuarto de Educación Secundaria Obligatoria en diferentes institutos públicos (62,6%) y concertados (37,4%). Para llevar a cabo las pruebas estadísticas correspondientes, los adolescentes se distribuyeron en dos grupos según si se habían emborrachado o no alguna vez en su vida (Tabla 1).

CONSUMO DE ALCOHOL EN ADOLESCENTES ESPAÑOLES. ¿CÓMO INFLUYEN LAS EXPECTATIVAS DE RESULTADO?

Tabla 1
Características sociodemográficas de la muestra

		Muestra total ^a	Embriaguez ^b	No embriaguez ^c
Edad	<i>M</i>	14,69	14,81	14,55
	<i>DT</i>	0,75	0,82	0,64
Género	Mujeres	57,6%	60%	54,5%
	Hombres	42,4%	40%	45,5%
Curso académico	3ºESO	60,8%	58,6%	63,6%
	4ºESO	39,2%	41,4%	36,4%

^aN=125. ^bn=70. ^cn=55.

Instrumentos

Se utilizaron los siguientes instrumentos de evaluación:

Cuestionario elaborado *ad hoc* sobre el consumo de alcohol. En este instrumento se incorporaron preguntas relativas a las características del consumo, así como el patrón de consumo de varios tipos de bebidas alcohólicas. Se empleó la pregunta “¿Te has emborrachado alguna vez?” para categorizar a los dos grupos de referencia del estudio.

Cuestionario de expectativas hacia el alcohol (Pilatti et al., 2010). Este autoinforme evalúa las expectativas de resultado del consumo de alcohol en población adolescente. Se compone de 45 ítems que se distribuyen en 6 factores que miden tanto las expectativas positivas (relajación, aumento de la sexualidad y sociabilidad) como las expectativas negativas (estados negativos, deterioro cognitivo y conductual, y agresividad o riesgo) que tienen los adolescentes hacia el consumo de alcohol. En el presente trabajo, este instrumento mostró una consistencia interna adecuada, coincidiendo con los resultados obtenidos en el estudio original ($r = .92$).

Procedimiento

Este estudio forma parte de un proyecto que fue promovido por el Ayuntamiento de Onda, provincia de Castellón (España), con la finalidad de estudiar los factores de riesgo del consumo de alcohol en la adolescencia y el diseño de estrategias para prevenirlo. El proyecto fue aprobado por el Consejo Sectorial de Salud de Onda, órgano formado por los responsables de los centros de salud, los centros educativos, los representantes de las asociaciones de padres y madres de los alumnos, y los técnicos de sanidad y educación. Un grupo de psicólogos se encargó de supervisar la administración de las encuestas en las aulas de los institutos durante el horario de tutorías, que tuvo una duración aproximada fue de 25 minutos. Se garantizó la confidencialidad y el anonimato de los participantes.

Análisis de datos

Los datos se analizaron mediante el software estadístico *IBM SPSS Statistics v.28*. Para evaluar las características de la muestra y la frecuencia de respuesta de los ítems del cuestionario de expectativas hacia el alcohol, se emplearon estadísticos descriptivos y análisis de frecuencias (ej.: edad de la muestra, curso académico, frecuencia de respuesta al ítem “el alcohol hace que sea menos tímido”, etc.). Finalmente, con el objetivo de analizar las variables explicativas del consumo, se utilizó la regresión logística binaria con el método hacia atrás *Wald*, dado que la variable dependiente era de naturaleza dicotómica (“¿Te has emborrachado alguna vez?”).

RESULTADOS

Frecuencia de las expectativas hacia el consumo de alcohol

Las expectativas positivas hacia el consumo de alcohol que se respondieron afirmativamente con mayor frecuencia están relacionadas con el factor de sociabilidad. En concreto, alrededor de tres cuartas partes de los adolescentes indicaron que “el alcohol hace que se sea menos tímido” (75,2%), “que se converse más con otras personas” (72,8%), “que sea más fácil hablar con las personas” (72,8%), “que haga más fácil hablar con una persona del sexo opuesto” (72,8%) y “que pueda sentirme cómodo cuando me relaciono con otras personas” (71,2%).

En cuanto a las expectativas negativas, las cuestiones respondidas de manera afirmativa con más frecuencia están relacionadas con los factores riesgo o agresividad, y deterioro cognitivo y conductual. Estas cuestiones fueron: “el alcohol hace que me falte el equilibrio” (72%), “que diga cosas sin sentido” (65,6%), “que realice comportamientos que impliquen algún riesgo” (59,2%), “que me sienta confundido” (58,4%) y “que tenga dolor de cabeza” (55,2%).

Factores explicativos del consumo de alcohol

En primer lugar, se realizó una regresión logística binaria, empleando el método hacia atrás *Wald*, en la que se incorporaron los dos factores principales: expectativas positivas y expectativas negativas hacia el consumo de alcohol. La prueba de *Hosmer y Lemeshow* no fue estadísticamente significativa ($\chi^2=10,47$; $p=.234$), lo que indica un buen ajuste del modelo. Las expectativas positivas incrementaron el riesgo del consumo de alcohol ($Wald=11,66$; $p<.001$; $OR=53,70$), mientras que las expectativas negativas actuaron como un factor protector del consumo ($Wald=5,21$; $p=.022$; $OR=0,15$). Estos factores explicaron el 14,1% del consumo de alcohol (R^2 de *Nagelkerke*=.141) (Tabla 2).

Tabla 2
Regresión logística del consumo de alcohol (factores principales)

Variable	Modelo					
	<i>B</i>	<i>EE</i>	<i>Wald</i>	<i>p</i>	<i>OR</i>	<i>95% IC</i>
Expectativas positivas	3,98	1,17	11,66	<.001	53,70	[5,45; 528,33]
Expectativas negativas	-1,90	0,83	5,21	.022	0,15	[0,03; 0,76]
Constante	-0,57	0,45	1,64	.200	0,57	

Posteriormente, se llevó a cabo una regresión logística binaria, empleando el mismo método que en modelo anterior, para analizar el peso de los factores específicos de las expectativas que podían estar explicando el consumo de alcohol. Los factores sociabilidad ($Wald=7,31$; $p=.007$; $OR=7,27$) y relajación ($Wald=4,34$; $p=.037$; $OR=7,39$) resultaron ser factores de riesgo para el consumo de alcohol. Por otra parte, la agresividad actuó como un factor protector ($Wald=5,35$; $p=.021$; $OR=0,25$). La prueba de *Hosmer y Lemeshow* no fue estadísticamente significativa ($\chi^2=7,97$; $p=.436$), por lo que existe un buen ajuste del modelo. Según la R^2 de *Nagelkerke* estos factores explicaban un 19,4% de la varianza (Tabla 3).

CONSUMO DE ALCOHOL EN ADOLESCENTES ESPAÑOLES. ¿CÓMO INFLUYEN LAS EXPECTATIVAS DE RESULTADO?

Tabla 3
Regresión logística del consumo de alcohol (factores específicos)

Variable	Modelo					
	<i>B</i>	<i>EE</i>	<i>Wald</i>	<i>p</i>	<i>OR</i>	<i>95% IC</i>
Sociabilidad	1,99	0,73	7,31	.007	7,27	[1,73; 30,67]
Relajación	2,00	0,97	4,34	.037	7,39	[1,13; 48,59]
Agresividad	-1,37	0,59	5,35	.021	0,25	[0,08; 0,81]
Constante	-1,13	0,52	4,75	.029	0,32	

DISCUSIÓN

La conducta humana está mediada por múltiples factores y el consumo de alcohol no está exento de esta multicausalidad. En este caso concreto, se ha estudiado el peso que tienen las expectativas de resultado sobre el consumo de bebidas alcohólicas en la adolescencia. En este sentido, se ha observado que, mientras que las expectativas positivas aumentan el riesgo de llevar a cabo atracones, las expectativas negativas pueden ejercer un papel protector de esta conducta perniciosa.

La literatura científica previa recoge resultados similares a los encontrados en el presente estudio. La sociabilidad y la relajación serían las expectativas positivas más relevantes e influyentes en el consumo de alcohol, mientras que, en el caso de las expectativas negativas, el factor a destacar sería el de asunción de riesgos o agresividad.

Con respecto a consumir alcohol para incrementar la socialización, una posible hipótesis sería que la baja autoestima jugaría un importante papel en el consumo, favoreciendo este una conducta desinhibida y, por tanto, facilitando las relaciones interpersonales. Esta hipótesis podría sustentarse bajo el paraguas de estudios como el de Schick et al. (2020). Según estos autores, la autoestima interpersonal, es decir, el valor autopercebido de la propia persona para los demás, se asocia negativamente con el consumo de alcohol en la adolescencia. Por tanto, este consumo se podría utilizar como una estrategia para incrementar esta autoestima a través de una mayor interacción con el grupo de iguales. Contrariamente, la autoestima intrapersonal actuaría como un factor protector del consumo de alcohol. Handren et al. (2016), encontraron resultados similares y, a través de un modelo de ecuaciones estructurales, propusieron que la autoestima aumenta la percepción de riesgo hacia el consumo, lo cual, a su vez, influiría en una disminución del mismo. Teniendo esto en cuenta, la autoestima no solo estaría relacionada con las expectativas positivas, sino también con las expectativas negativas, por lo que, según en qué circunstancias, podría actuar como un factor de riesgo o como un factor protector del consumo.

En relación al consumo de alcohol con el objetivo de aumentar la relajación, se plantea una posible relación parcial con la ansiedad social y la autoestima. Dado que la adolescencia es un periodo evolutivo caracterizado por una elevada presión social y procesos de formación de la identidad, la autoestima juega un papel fundamental en las relaciones sociales. En base a estas afirmaciones, Seema y Kumar (2017) encontraron, en una muestra de adolescentes, que la autoestima se relacionaba negativamente con la ansiedad en las interacciones sociales. Por su parte, Lewis et al. (2008) elaboraron un modelo en el cual se observa causalidad entre los principales factores de la ansiedad social (la ansiedad, la evitación y el miedo frente a las interacciones sociales) y los motivos para consumir. Entre estas motivaciones se encontraban, el consumo de alcohol como estrategia de regulación emocional para reducir el malestar producido por estas interacciones y el consumo derivado de la presión social ejercida por el grupo de iguales. Por tanto, se hipotetiza que las expectativas de relajación podrían estar relacionadas, en parte, con el uso de estrategias dirigidas a reducir el malestar producido por la influencia de factores que forman parte de la naturaleza de las interacciones sociales que se dan en la adolescencia, como son la baja autoes-

tima o la elevada ansiedad social. Asimismo, el consumo de alcohol como estrategia para mitigar la tensión podría estar relacionada con el aprendizaje vicario. Tal y como se sugiere en Chen et al. (2021), algunos menores aprenden a emplear este tipo de estrategias de afrontamiento tras observar la manera en que se gestionan las emociones en el entorno familiar y de iguales.

Las expectativas negativas de asunción de riesgos o agresividad actuaron como un factor protector del consumo de alcohol, lo que iría en consonancia con los hallazgos de Pilatti et al. (2015). Según estos autores, los consumidores ocasionales y habituales tendrían menos expectativas de este tipo que los abstemios. Esta relación podría estar influenciada por las experiencias previas. En este sentido, El-Sheikh y Elmore-Staton (2007), encontraron que, ya desde la infancia, los niños asociaban el consumo de alcohol a situaciones de riesgo que implicaban violencia. Por tanto, una posible hipótesis es que el menor consumo en los adolescentes que tienen más expectativas de riesgo o agresividad podría ser debido a que el menor tiene una mayor percepción de riesgo de las consecuencias futuras de este consumo. Por ejemplo, una situación de violencia o comportamientos que ponen en riesgo la salud.

Este trabajo no está exento de limitaciones. Por una parte, se debe tener en cuenta que el tamaño de la muestra es reducido. Además, atendiendo al diseño de investigación y a la naturaleza de las pruebas estadísticas empleadas, no se puede establecer causalidad entre las variables del estudio. Por tanto, la interpretación de los datos debe ser tomada con cautela.

AGRADECIMIENTOS

Los autores quieren agradecer al Ayuntamiento de Onda, a través del Departamento de Educación, la colaboración y cooperación en este proyecto.

CONCLUSIONES

El consumo de alcohol es un problema de salud pública que se da, sobre todo, en la etapa adolescente, período evolutivo de especial vulnerabilidad hacia este tipo de sustancias psicoactivas. Este consumo puede traducirse en problemas de salud física y mental a corto y a largo plazo. En este caso en concreto, se ha estudiado la influencia de las expectativas de consumo en los atracones de alcohol. Tal y como se ha podido observar, existen múltiples variables relacionadas con las expectativas de resultado y el consumo de alcohol. En este sentido, el estudio de Rivarola-Montejano et al. (2016) puso de manifiesto la importancia de estudiar las variables que interactúan con las expectativas de resultado y que, por tanto, pueden influir tanto de manera directa como indirecta en este consumo. Un ejemplo de ello se puede extraer de estudios como el de Ahumada-Cortez et al. (2018), en el que destacaron la influencia de las experiencias previas de consumo sobre las expectativas hacia el alcohol. Teniendo esto en cuenta, una de las perspectivas de futuro, sería la elaboración de un modelo integrador que incorpore todas estas variables con el objetivo de conocer en mayor profundidad el impacto de las expectativas en el consumo, para, en última instancia, diseñar estrategias preventivas efectivas. Este objetivo cobra sentido gracias a estudios metaanalíticos como el de Gesualdo y Pinquart (2021), en el que se ha observado que los tratamientos centrados en el desafío de las expectativas de resultado para reducir el consumo de alcohol todavía tienen una efectividad reducida, sobre todo en población adolescente. A raíz de los hallazgos del presente estudio, se proponen una serie de pautas orientadas a la prevención del consumo en esta población: (1) trabajar habilidades sociales, la autoestima, estrategias de regulación emocional y de afrontamiento, con el objetivo de dotar a los adolescentes de recursos psicológicos que les ayuden a reducir el impacto de las expectativas positivas de sociabilidad y relajación, (2) dar formación a los adolescentes sobre las consecuencias negativas del consumo, para favorecer el incremento de la percepción de riesgo y, por tanto, la influencia de factores protectores como pueden ser las expectativas negativas, y (3) formar a los padres en la detección de los indicadores de riesgo de consumo de alcohol de sus hijos, así como enseñarles cuáles son las claves contextuales que favorecen el consumo sobre las que pueden intervenir.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahumada-Cortez, J. G., Gámez-Medina, M. E., y Valdez-Montero, C. (2017). El consumo de alcohol como problema de salud pública. *Ra Ximhai*, 13(2), 13-24.
- Ahumada-Cortez, J. G., Villar-Luis, M. A., Alonso-Castillo, M. M., Armendáriz-García, N. A., y Gámez-Medina, M. E. (2018). Expectativas hacia el consumo de alcohol y conducta de consumo en adolescentes de nivel medio. *Health & Addictions. Salud y Drogas*, 18(2).
- Ballester-Arnal, R., y Gil-Llario, M. D. (2009). ¿Por qué los jóvenes se dan atracones de alcohol los fines de semana? Estudio sobre creencias y actitudes relacionadas con este patrón de consumo y diferencias de género. *Revista De Psicopatología y Psicología Clínica*, 14(1), 25-35.
- Chen, A., Chen, W., Wang, I., Wang, N., Chen, W. J., y Chen, C. (2021). Association between childhood negative life events with alcohol expectancies in early adolescence: Cumulative risk and latent class approaches. *Drug and Alcohol Dependence*, 226, 9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2021.108853>
- Craig, B. A., Morton, D. P., Morey, P. J., Kent, L. M., Beamish, P., Gane, A. B., Butler, T. L., Rankin, P. M., y Price, K. R. (2019). Factors predicting alcohol consumption in adolescents attending a faith-based school system in Australia: A multigroup structural equation analysis. *Journal of Child & Adolescent Substance Abuse*, 28(3), 160-169. <http://dx.doi.org/10.1080/1067828X.2019.1652717>
- El-Sheikh, M., y Elmore-Staton, L. (2007). The alcohol-aggression link: Children's aggression expectancies in marital arguments as a function of the sobriety or intoxication of the arguing couple. *Aggressive Behavior*, 33(5), 458-466. <http://dx.doi.org/10.1002/ab.20205>
- Ferreiro, S. G., Couto, C. B., Folgar, M. I., Mallou, J. V., y Boubeta, A. R. (2017). La práctica del botellón en adolescentes gallegos: Prevalencia, implicaciones y variables asociadas. *Behavioral Psychology*, 25(3), 529-545.
- Galán, I., González, M. J., y Valencia-Martín, J. L. (2014). Patrones de consumo de alcohol en España: un país en transición [Alcohol drinking patterns in Spain: a country in transition]. *Revista Española de Salud Pública*, 88(4), 529-540. <https://doi.org/10.4321/S1135-57272014000400007>
- Gesualdo, C., y Pinquart, M. (2021). Expectancy challenge interventions to reduce alcohol consumption among high school and college students: A meta-analysis. *Psychology of Addictive Behaviors*, 35(7), 817-828. <http://dx.doi.org/10.1037/adb0000732>
- Gil-Llario, M. D., y Ballester-Arnal, R. (2002). Inicio temprano de consumo de alcohol entre niños de 9 a 14 años. *Análisis y Modificación De Conducta*, 28(118), 165-211.
- Handren, L. M., Donaldson, C. D., y Crano, W. D. (2016). Adolescent alcohol use: Protective and predictive parent, peer, and self-related factors. *Prevention Science*, 17(7), 862-871. <http://dx.doi.org/10.1007/s11121-016-0695-7>
- Lewis, M. A., Hove, M. C., Whiteside, U., Lee, C. M., Kirkeby, B. S., Oster-Aaland, L., Neighbors, C., y Larimer, M. E. (2008). Fitting in and feeling fine: Conformity and coping motives as mediators of the relationship between social anxiety and problematic drinking. *Psychology of Addictive Behaviors*, 22(1), 58-67. <http://dx.doi.org/10.1037/0893-164X.22.1.58>
- Llamosas-Falcón, L., Manthey, J., y Rehm, J. (2022). Changes in alcohol consumption in Spain between 1990 and 2019. Cambios en el consumo de alcohol en España de 1990 a 2019. *Adicciones*, 34(1), 61-72. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1400>
- Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas. (2021). *Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES), 1994-2021*. Ministerio de Sanidad. https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/ESTUDES_2021_Informe_de_Resultados.pdf
- Obradors-Rial, N., Ariza, C., Continente, X., y Muntaner, C. (2020). School and town factors associated with risky alcohol consumption among Catalan Adolescents. *Alcohol*, 82, 71-79. <http://dx.doi.org/10.1016/j.alcohol.2019.04.005>

- Peterson, S. J., Davis, H. A., y Smith, G. T. (2018). Personality and learning predictors of adolescent alcohol consumption trajectories. *Journal of Abnormal Psychology, 127*(5), 482-495. <http://dx.doi.org/10.1037/abn0000351>
- Pilatti, A., Cupani, M., y Pautassi, R. M. (2015). Personality and alcohol expectancies discriminate alcohol consumption patterns in female college students. *Alcohol and Alcoholism, 50*(4), 385-392. <http://dx.doi.org/10.1093/alcalc/agnv025>
- Pilatti, A., Godoy, J. C., y Brussino, S. A. (2010). Construcción y valoración psicométrica del Cuestionario de Expectativas hacia el Alcohol para Adolescentes de Argentina (CEA-A). *Anales De Psicología, 26*(2), 288-301.
- Pilatti, A., Godoy, J. C., y Brussino, S. A. (2011). Expectativas hacia el alcohol y consumo de alcohol en niños y adolescentes de Argentina. *International Journal of Psychology & Psychological Therapy, 11*(1), 13-32.
- Pulido, J., Indave-Ruiz, B. I., Colell-Ortega, E., Ruiz-García, M., Bartroli, M., y Barrio, G. (2014). Estudios poblacionales en España sobre daños relacionados con el consumo de alcohol [Population-based studies on alcohol-related harm in Spain]. *Revista Española de Salud Pública, 88*(4), 493-513. <https://doi.org/10.4321/S1135-57272014000400005>
- Rivarola-Montejano, G., Pilatti, A., Godoy, J. C., Brussino, S. A., y Pautassi, R. M. (2016). Modelo de predisposición adquirida para el uso de alcohol en adolescentes argentinos. [The acquired preparedness model for alcohol use in Argentinian adolescents]. *Suma Psicológica, 23*, 116-124. <https://doi.org/10.1016/j.sumpsi.2016.03.002>
- Schick, M. R., Nalven, T., y Spillane, N. S. (2020). The factor structure of self-esteem and its association with alcohol use in American Indian (AI) adolescents. *American Journal of Orthopsychiatry, 90*(6), 712-719. <http://dx.doi.org/10.1037/ort0000504>
- Seema, G. B., y Kumar, G. V. (2017). Self-esteem and social anxiety in adolescent students. *Journal of Psychosocial Research, 12*(2), 247-254.
- Spear, L. P. (2018). Effects of adolescent alcohol consumption on the brain and behaviour. *Nature Reviews Neuroscience, 19*(4), 197-214. <http://dx.doi.org/10.1038/nrn.2018.10>
- Vilene, A., y Quertemont, E. (2015). Explicit and implicit positive alcohol expectancies in problem and non-problem drinkers: Differences across age groups from young adolescence to adulthood. *Frontiers in Psychology, 6*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01773>

