

EL ROL DE LA AUTOESTIMA, LA PERSONALIDAD Y LA FAMILIA EN EL CONSUMO DE ALCOHOL EN LA ADOLESCENCIA

SOFÍA LIBERINI * , GONZALO E. RODRÍGUEZ * , NICOLÁS A. ROMERO *

* Universidad de Buenos Aires (Argentina)

sliberini@sociales.uba.ar



Resumen. El artículo analiza el rol de la autoestima, la personalidad y la estructura familiar sobre la adicción (consumo de alcohol) en los adolescentes, en Argentina, en la actualidad. La muestra utilizada fue no probabilística, intencional, y constó de una base de 2049 casos, compuesta por hombres (29,4%), mujeres (70, 3%) y otros géneros (0, 3%), entre 11 a 20 años (promedio de 17,7 años). La mayoría nacieron en la región Centro y Buenos Aires (82%). El análisis de datos fue de tipo descriptivo e inferencial, respondiendo a una estrategia cuantitativa. Se recolectaron los casos en Octubre de 2015 a través de un cuestionario voluntario, anónimo y auto-administrado digitalmente, compuesto por cuatro sub-instrumentos: Rosenberg (autoestima), FACES III (cohesión familiar), AUDIT (consumo de alcohol), y Mini IPIP (personalidad). Destaca como resultado que cerca del 40% presentan un riesgo medio o alto en su consumo de alcohol, creciendo esta proporción en el sexo masculino, al igual que conforme aumenta la edad del consumidor. Una menor cohesión familiar y/o autoestima, conllevan un mayor consumo en los adolescentes. Finalmente, existe una relación positiva entre consumo y extroversión, y negativa con personalidades responsables y neuróticas.

Palabras Claves. Adicción – Autoestima – Personalidad – Familia

Abstract. The article analyzes the role of self-esteem, personality and family structure on teen addiction (alcohol consumption), in Argentina nowadays. The sample was not random, intentional, and consisted of 2049 cases, which included men (29.4%), women (70, 3%) and other genders (0, 3%), between 11 and 20 years old (17, 7 years average), mostly born in the Centre region and Buenos Aires (82%). The data-analysis was descriptive and inferential, responding to a quantitative strategy. The data was collected in October 2015, through a voluntary, anonymous and self-administered assessment digital questionnaire, composed of four sub-instruments: Rosenberg (self-esteem), FACES III (family cohesion), AUDIT (alcohol consumption), and Mini IPIP (personality). It stresses the result that about 40% have a medium or high risk of alcohol consumption, increasing the proportion in males, as with increasing age of the consumer. A weaker family cohesion and / or self-esteem, leads to a higher consumption between teenagers. Finally, there is a positive correlation between consumption and extroversion, and negative correlation in responsible and neurotic personalities

Keywords. Addiction – Self-esteem – Personality – Family

Enviado.12-12-2015 | **Aceptado.** 03-03-2016

Estudios epidemiológicos de reciente publicación (Ministerio de Salud, 2011; Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico, 2014) demuestran que el alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida por los adolescentes en Argentina, al menos una vez en su vida, alcanzando valores de alrededor de un 75% de la población encuestada. Al profundizar en los

resultados de uno de estos estudios (Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico, 2014), donde se realizó una encuesta a nivel nacional (n=112.199) a estudiantes de escuelas medias, se determinó que siete de cada diez estudiantes han ingerido alcohol alguna vez en su vida, mientras que seis de cada diez reconocen haberlo hecho en el último año. Este

último dato significa que 1.116.000 estudiantes consumen alcohol actualmente en Argentina. Si enfocamos en la definición sobre el consumo de alcohol de las autoridades públicas, este ha sido enmarcado dentro de los denominados problemas sociales globales, teniendo en cuenta su extensión en los niveles sociogeográficos, socioeconómicos, etarios, constituyendo al alcoholismo en un problema de salud de primer nivel (Ministerio de Salud, 2011).

El presente estudio se inscribe en una línea de investigaciones que buscan establecer relaciones entre dimensiones sociales y psicosociales y el consumo de sustancias adictivas en adolescentes (Medina & Barra Almagiá, 2005; Palacios Delgado, 2012). El estudio de las características del abuso y adicción al alcohol se ha enfocado de manera casi exclusiva a través del análisis de los perfiles biológicos de las sustancias y como estas interactúan con el organismo humano, observándose las respuestas fisiopatológica a los consumos. La dimensión micro o mesosocial, constituida por la familia y el entorno sociocultural inmediato del individuo, ha sido cuantitativa y cualitativamente menos estudiada. Partimos de un enfoque comunitario o ecológico, en el cual se sostiene el supuesto que las conductas adictivas son favorecidas tanto por los procesos de interacción del individuo con otras personas como por las características del medio ambiente, y sobre todo, social que rodea y constituye al sujeto (Ovejero Bernal, 2000). Nuestro objetivo de investigación es analizar el rol de la autoestima, la personalidad y la

estructura familiar sobre la adicción (consumo de alcohol) en los adolescentes, en Argentina, en la actualidad. Específicamente buscamos determinar el peso de cada factor en su relación con el consumo de alcohol en adolescentes; y determinar aquellos factores que operan como protectores ante la adicción de los adolescentes. Consideramos que nuestra investigación, al trabajar la influencia simultánea de las variables personales (personalidad y autoestima), familiares (funcionamiento familiar) se destaca en un área en donde escasean estos trabajos de análisis con múltiples variables sobre los consumos con potencialidad adictiva.

Tal como es señalado desde la psicología social (Simkin, Azzollini, & Voloschin, 2014) las familias representan actores clave para el proceso de socialización de los individuos. Este proceso abarca tres aspectos: control de impulsos, preparación para ocupar roles sociales y la internalización de sentidos. La socialización tiende a comprender dos grandes instancias: socialización primaria y secundaria. La primera responde a la familia como agente socializador, donde el objetivo básico es asegurar una respuesta efectiva a las demandas sociales sobre la formación de una familia, teniendo en cuenta la necesidad humana de lazos recíprocos, que en la familia se representan por el rol protector y afectivo de los padres hacia los hijos (Simkin et al., 2014)

Tal como se recuerda en la mayoría de los textos a los cuales hemos accedido (Gutiérrez, Pascacio, Angélica, & Carrasco, 2002) la adolescencia es definida desde organismos

internacionales (Organización Mundial de la Salud) como el periodo en el cual el individuo progresa desde la aparición de los caracteres sexuales secundarios hasta la madurez sexual. Esta etapa se inicia aproximadamente entre los 10 a 12 años, finalizando hacia los 20. Sin embargo, la finalización de la adolescencia varía mucho a nivel interindividual e intercultural, en tanto depende del logro de las tareas esperadas para esa etapa, como la autonomía e independencia económica (Salvatierra López et al., 2005). En el caso del consumo de alcohol, estudios que se asemejan en el análisis multifactorial al nuestro (Villarreal et al., 2013) razonan que los adolescentes lo despliegan como modalidad adaptativa a la sociedad.

Consideramos que los agentes socializadores imponen al individuo en formación un marco interactivo de constitución de las identidades, transmitiéndose un estilo de vida, un conjunto de valores y un sistema de creencias e ideales que forman una base para el surgimiento del autoconcepto del self (Simkin & Becerra, 2013; Simkin et al., 2014). El autoconcepto se define por dos grandes dimensiones: esquema del Self y la percepción selectiva.

Dentro del esquema del Self encontramos una dimensión evaluativa que se denomina autoestima que es una visión afectiva del self de sí mismo. Siguiendo a Rosenberg (Simkin et al., 2014), la autoestima es una actitud positiva de la persona hacia sí mismo, por lo que una autoestima alta expresa el sentimiento de ser lo suficientemente bueno en un área, actividad o función. La autoestima cumple el rol de

regulador de la conducta, mediante el mismo proceso de autoevaluación, permitiendo comprender el comportamiento de los sujetos según el nivel de autoestima (Angélica, García, Aguilar, & Guzmán, 2008). Otros autores la definen como un recurso con el que cuentan las personas para afrontar las situaciones difíciles y los acontecimientos vitales estresantes (María Villarreal González, Sánchez Sosa, Musitu, & Varela, 2010). Esta dimensión posee subdimensiones relativas a los diferentes medios sociales: autoestima familiar, académica, laboral, etc. En el caso de la autoestima familiar, este reside en la valoración que el propio individuo realiza de sus relaciones familiares (Villarreal González et al., 2013), destacándose a la familia como el primer contexto de desarrollo del autoconcepto (Navarro & Oliver, 2006).

La autoestima ocupa un lugar destacado en las conductas adictivas o de evasión, tal como definen algunos autores (Ochoa & Olaizola, 2003), porque dependiendo de su nivel, puede favorecer o desalentar el desarrollo de consumos adictivos. Como un factor protector, la autoestima en niveles bajos conlleva autorechazo, autoinsatisfacción, entre otros elementos que organizan la falta de estima hacia sí mismo, dando como resultado un nivel de vulnerabilidad que puede aproximar al sujeto a conductas riesgosas (Fierro, 1990). Aunque ciertos estudios plantean que una autoestima familiar baja favorece prácticas evasivas (M Villarreal González et al., 2013), otras investigaciones (Kounenou, 2010) no han encontrado una relación significativa entre

autoestima y consumo de alcohol. Otras investigaciones (Florenzano, Sotomayor, & Otava, 2001; Reginald Rees, 2003) otorgan relevancia a fallas en la individuación del sujeto al interior de la familia para explicar consumos de carácter adictivo.

También hemos considerado al funcionamiento familiar como un potencial predictor de los diferenciales de consumo de alcohol entre la población adolescente. Este concepto se define a partir de dimensiones como la cohesión, la flexibilidad y la comunicación (Schmidt, Barreyro, & Maglio, 2010). Flexibilidad refiere al volumen de cambio en roles, reglas y liderazgo experimentado por la familia. La cohesión se determina según el grado de unión emocional que perciben los miembros al interior de su familia. En cuanto a la comunicación, es la que permite el movimiento al interior de las anteriores dimensiones y en algunos estudios (Schmidt, 2006) se ha demostrado que la comunicación entre padres y adolescentes puede funcionar como un factor protector y de riesgo, por encima de otras dimensiones como la cohesión. Como la familia constituye un sistema abierto, se crea un juego dialéctico entre las relaciones interfamiliares y el conjunto de normas y valores de la sociedad, indicando capacidad de adaptación y la posibilidad de crecimiento psicosocial de cada uno de sus miembros (Velásquez Carranza & Pedrao, 2005).

Nuestro trabajo incorpora, además del funcionamiento familiar y autoestima, a la personalidad, estableciendo una complejidad aún mayor que aquellas investigaciones donde

se analiza de manera monocausal a los predictores del alcoholismo en adolescentes (Castañeda & Castaño, 2013; Fantin, 2006). La personalidad, desde la teoría de los rasgos (Simkin et al., 2014) es un sistema que considera patrones en el comportamiento, los pensamientos y las emociones de las personas, manteniéndose relativamente constantes durante el ciclo vital. La personalidad está constituida por cinco grandes factores (ídem): neuroticismo (rasgos vinculados a la inestabilidad emocional o a la tendencia a experimentar emociones de signo negativo), extraversión (rasgos relacionados a la tendencia a la comunicación interpersonal, a la asertividad, la verbalización y proactividad), apertura a la experiencia (rasgos referidos a la introspección, una imaginación activa y sensibilidad estética), amabilidad o tendencia al acuerdo (capacidad de construir vínculos sociales, altruismo y la empatía) y responsabilidad (rasgos ligados a la capacidad de establecer propósitos y metas, control de impulsos, planificación y ejecución de ideas o proyectos). En recientes estudios se destaca a la extraversión como el rasgo que presenta mayor correlación positiva con el consumo de alcohol, en la faceta búsqueda de sensaciones, seguido por el neuroticismo (Pilatti, Cupani, Urrizaga, & Chincolla, 2014), a diferencia de los factores responsabilidad y amabilidad, que correlacionan de manera negativa. En cuanto a la relación entre personalidad y autoestima, generalmente se observa una fuerte asociación de esta última al neuroticismo, moderada relación a la extraversión y a la responsabilidad y leve asociación a la amabilidad

y apertura a la experiencia (Simkin & Azzollini, 2015).

A continuación, se describen los aspectos metodológicos de la investigación. Cabe destacar que la elección de una estrategia cuantitativa nos permite realizar mediciones para establecer probabilidades diferenciales de consumo y los roles y peso de cada variable.

Metodología

La muestra elegida fue de tipo intencional, no probabilística. Participaron en el estudio 2049 ciudadanos argentinos (70,3% mujeres, 29,4% hombres y 0,3% otro género). El rango etario fue de 11 a 20 años ($X = 17,7$; $DE = 2,19$). Su nivel de estudios se concentra en su mayoría en el nivel Universitario o Terciario Incompleto (42,1%) seguido de Secundario incompleto (26,8%) y Secundario completo (25,1%). Por último, la muestra se compone en su mayoría de personas nacidas en la Región Centro y Buenos Aires (82%), distribuyéndose luego equitativamente entre el resto de las regiones y el exterior del país.

Para responder a los objetivos propuestos en nuestro trabajo, nos enmarcamos en una estrategia cuantitativa, en base a análisis de inferencia descriptiva. Los instrumentos de evaluación utilizados fueron autoadministrable lo que permitió resguardar el anonimato de los participantes. El instrumento fue compuesto por las siguientes escalas:

- Escala de Autoestima de Rosenberg / Rosenberg self-esteem scale (RSES; Rosenberg, 1965). La RSES es un cuestionario autoadministrable de 10 ítems que evalúan la autoestima (e.g. “Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas”). Para el presente estudio se empleará una versión adaptada al contexto argentino por Góngora y Casullo (2009) cuya confiabilidad resultó aceptable en el presente estudio ($\alpha = 0,85$).
- Escala de Evaluación de Cohesión y Adaptabilidad Familiar/ Family Adaptability and Cohesion Evaluation Scales (FACES III; Olson, Portner y Lavee, 1985; Olson, 1992). El FACES III es un cuestionario autoadministrable que logra discriminar diferentes grupos familiares (e.g. clínico y no clínico) a través de la utilización de 40 ítems, que evalúan dos de las principales dimensiones del Modelo Circumplejo: la cohesión y la flexibilidad familiar en población adolescente y adulta (e.g. “A los miembros de mi familia les gusta pasar el tiempo libre juntos”). Se utilizará una versión adaptada al contexto argentino por Leibovich y Schmidt (2010) cuya confiabilidad resultó aceptable en el presente estudio (Flexibilidad $\alpha = 0,68$; Cohesión $\alpha = 0,87$).
- Cuestionario de identificación de trastornos debidos al uso de alcohol / Alcohol Use Disorders Identification Test

(AUDIT; Saunders, Aasland, Babor, De la Fuente y Grant, 1993). Es un cuestionario autoadministrable compuesto por 10 ítems que dan cuenta de la cantidad y frecuencia del consumo de alcohol, caracterizando estos términos como consumo abusivo, dependencia del consumo, consumo dañino o perjudicial, en población adolescente y adulta (e.g. “¿Cuántas consumiciones de bebidas con contenido alcohólico suele hacer en un día de beber normalmente?”). Para el presente trabajo se empleará la misma versión que ha sido validada por el Ministerio de Salud de Argentina (Braschi et al., 2012) cuya confiabilidad resultó aceptable en el presente estudio ($\alpha = 0,85$).

- Banco internacional de ítems de personalidad – Modelo de medición de cinco factores / International Personality Item Pool—Five-Factor Model Measure (Mini IPIP; Goldberg, 1999). El Mini IPIP es un cuestionario autoadministrable de 20 ítems, los cuales dan cuenta de las cinco dimensiones de la personalidad en población adolescente y adulta: extraversión (reserva vs. animación), amabilidad (hostil vs. empático), responsabilidad (bien organizado vs. impulsivo), neuroticismo (inestable vs. estable emocionalmente) y apertura a la experiencia (imaginativo vs. concreto);

Para el presente estudio se empleará la adaptación de la escala formulada por Cupani (2009), cuya confiabilidad resultó aceptable en el presente estudio (Amabilidad $\alpha = 0,66$; Extraversión $\alpha = 0,71$; Responsabilidad $\alpha = 0,71$; Neuroticismo $\alpha = 0,59$; Apertura $\alpha = 0,61$).

Los participantes completaron las escalas autoadministrables mediante internet en forma voluntaria. Se les comunicó, antes de iniciar la toma, que los datos arrojados por esta investigación se utilizarían con fines exclusivamente científicos bajo la Ley Nacional 25.326 de protección de los datos personales.

Los análisis estadísticos de los datos fueron realizados con el programa SPSS 22.

Resultados

Un primer acercamiento univariado a los resultados revela que una gran mayoría de los adolescentes (65,4%) presentan un consumo de alcohol de bajo riesgo, mientras que 4 de cada 10 llevan a cabo un consumo de medio y alto riesgo. Por otra parte, en su mayoría presentaron autoestima elevada (67,3%).

Con el objetivo de responder a las preguntas de investigación se realizó a su vez un análisis de correlación entre las variables: Autoestima – Funcionamiento Familiar – Consumo de alcohol – Personalidad (Tabla 1)

Tabla 1

Correlaciones entre los factores de las escalas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. AUDIT	-								
2. COHESIÓN	-,07**	-							
3. FLEXIBILIDAD	,03	,51**	-						
4. EXTRAVERSIÓN	,22**	,14**	,12**	-					
5. AMABILIDAD	-,01	,15**	,1**	,3**	-				
6. RESPONSABILIDAD	-,08**	,13**	,07**	-0	,06**	-			
7. NEUROTICISMO	,08**	-,17**	-,09**	-,13**	-,02	-,02	-		
8. APERTURA	,00	,04	,06**	,11**	,02	,08**	-,08**	-	
9. RSES	-,05*	,31**	,20**	,30**	,16**	,21**	-,48**	,19**	-

** . p < .01

La mayoría de las correlaciones resultaron estadísticamente significativas ($p < .01$) y positivas. Las variables que no correlacionaron con la variable dependiente de este estudio fueron: flexibilidad familiar, amabilidad y apertura. Destaca como la asociación con mayor fuerza la existente entre consumo y extraversión ($r = .22$). La asociación entre los factores cohesión familiar, responsabilidad y autoestima, y consumo ($r = -.07, -.08, -.05$) fue moderada y negativa; mientras que con neuroticismo fue moderada pero positiva ($r = .08$).

Se observaron diferencias significativas entre la edad de los participantes y las puntuaciones obtenidas en la escala de consumo de alcohol ($r = .17$). El consumo de bajo riesgo fue predominante en personas de 11 años, mientras que el de alto riesgo primó entre los de 20 años. Se hallaron diferencias significativas también respecto del sexo ($t = .00$), siendo el consumo de alto riesgo predominante en los hombres. También se encontraron diferencias según el

nivel de estudios ($r = .12$), destacándose el consumo de alto riesgo entre quienes tienen secundario completo o universitario incompleto. Por último, no se observaron diferencias estadísticamente significativas entre el lugar de nacimiento de los participantes y las puntuaciones de la escala de consumo.

Discusión y conclusiones

A nuestro entender, y coincidiendo con la mayoría de las investigaciones previas sobre el tema, la relación entre adolescencia y consumo del alcohol debe ser tratado como un problemática central de la agenda de salud, y las ciencias sociales. Basándonos en que 7 de cada 10 adolescentes declara haber consumido alcohol por lo menos una vez, nos preguntamos sobre el impacto de este hábito en términos de riesgo. Los resultados arrojados sugieren que la tendencia a caer en un consumo de alto riesgo es significativamente baja. Según nuestras

estadísticas podríamos decir que de cada seis adolescentes de entre 11 a 20 años residentes en la Argentina, el riesgo por consumo es bajo en cuatro de ellos (65,5%), asciende a medio en uno (16,8%), y solo el restante mantiene un nivel de consumo que lo ubica en el rango de mayor riesgo (17, 7%). El menor consumo, en general también correlaciona con los primeros años de la adolescencia (edades entre 11 a 14), y con una pequeña diferencia en favor del género femenino, pudiendo deberse esto a la subyacente construcción social actual sobre las conductas “normales” propias de la femineidad y las de la masculinidad.

El consumo de alcohol incrementa el riesgo de salud conforme avanza la edad del individuo. Este proceso coincide con la incipiente independencia del núcleo familiar y la creciente importancia del grupo de pares como agente socializador. Respondiendo a este proceso de progresivo aumento de la comunicación, actividad y búsqueda de sensaciones, observamos que el factor de la personalidad extraversión correlaciona positivamente con el consumo, apareciendo como la asociación más fuerte del estudio, en coincidencia con otros artículos revisados como aquel de Pilatti, Urrizaga, Chincolla y Cupani (2014). En cuanto al neuroticismo (Pedrero Pérez, 2003), se asocia, también, positivamente con el consumo. Probablemente porque este se asocia con tendencias a la ansiedad, inseguridad, inestabilidad emocional, preocupación y tensión, que conllevan a una sensación de alivio al resguardarse tras una adicción. Es un resultado

que ya han corroborado una gran cantidad de estudios previos (Pilatti et al., 2014). Se también observa que sentimientos de inseguridad o culpabilidad dificultan el entablar relaciones interpersonales que podrían operar como protectoras, como por ejemplo, las del ámbito familiar.

La estabilidad emocional aparece como un factor clave para aplacar los nervios y las inseguridades frente a relaciones interpersonales, y para controlar impulsos adictivos que podrían operar como válvula de escape. Se encontró una correlación negativa respecto de la responsabilidad, señalando que a mayor responsabilidad menor riesgo de consumo. La discreción, el sentido del deber y la faceta moral de la personalidad aparecen como factores protectores, en tanto este factor apela a la capacidad de planificar y sistematizar la prosecución de una meta como el estándar social. Al igual que la amabilidad, gracias al mayor apoyo social que este tipo de personas encuentran.

Avanzando desde la personalidad hacia la autoestima, vemos que esta correlaciona significativamente con el consumo alcohólico, de forma negativa. Al igual que en numerosos estudios, se destaca a la autoestima como un factor protector respecto de la adicción (Álvarez Aguirre, Alonso Castillo, & Guidorizzi Zanetti, 2010) ya que contribuye a preservar el propio bienestar biológico, psicológico y social por ser útil al afrontar situaciones difíciles. Por otra parte, la fuerte relación negativa con el neuroticismo se explicaría por el gran impacto

que tiene sobre el autoestima los sentimientos de inseguridad y culpa (Matrángolo, Paz, & Simkin, 2015).

En cuanto al rol del funcionamiento familiar, observamos una correlación negativa fuerte respecto de la cohesión. Esto indicaría que las familias estrechamente unidas se mantienen con mayor fuerza por más tiempo como agente socializador y operan como factor de protección. Un clima familiar y/o escolar inadecuado que no satisfaga su rol al brindar seguridad y apoyo conllevará a una autoestima familiar más baja, lo que podría derivar en que los adolescentes se impliquen en conductas de riesgo como el consumo de alcohol (Florenzano, Sotomayor, & Otava, 2001). El trabajo aporta algo nuevo al análisis de esta relación. Sugiere que a más estrechos los lazos familiares en la etapa de socialización primaria más fuertes las pautas de autocontrol y de conciencia sobre el cuidado de la salud, elemento que será lo suficientemente fuerte como para contrarrestar las posteriores presiones de grupos de pares, no siempre concordantes con las normativas convencionales o conservadoras.

Ateniéndonos a las hipótesis, los resultados coinciden con los enunciados en la teoría revisada. La extraversión es el factor que más directamente se relaciona con un consumo regular de alcohol, dado que promueve la búsqueda de nuevas experiencias en las relaciones interpersonales. Finalmente destacan como factores protectores ante el consumo la alta cohesión familiar, una baja extroversión y neuroticismo, y una alta responsabilidad y

autoestima. En cuanto a la importancia relativa de cada factor, encontramos un escalonamiento que va desde la extraversión (mayor asociación), pasando por responsabilidad y neuroticismo, luego cohesión familiar y la autoestima, en último lugar.

Asimismo existen ciertas limitaciones metodológicas. La recolección de datos a través de un cuestionario digital, autoadministrado y no ponderado impide generalizar los resultados estadísticamente. También mostrará sesgos propios de la plataforma y el acceso a la misma. Además, en un diseño correlacional no se puede determinar relaciones de causalidad entre variables, lo que podría salvarse a futuro, por ejemplo, con un diseño prospectivo y de abordaje cualitativo hacia una cohorte de jóvenes, y un análisis pormenorizado surgido del cruce de las variables independientes entre sí. También, como en estudios anteriores, se podría complejizar el análisis de la personalidad adictiva relacionando el alcoholismo con el consumo de otras sustancias similares.

A pesar de estas limitaciones el estudio posee una batería de aportes fundamentales para el campo psicosocial. Los datos que correlacionan edad, sexo, nivel de estudios y riesgo por consumo aportan información crucial para el diseño de políticas de prevención enfocadas a poblaciones específicas. Además demuestra la importancia de la inclusión del grupo familiar como marco de contención emocional en el tratamiento. También aborda a la autoestima desde un ángulo sociológico, abordaje

interdisciplinario que amplía el horizonte de la problemática de forma complementaria.

Referencias

- Agosti, N., Domínguez, D. (2009). Intereses, valores e identidad en adolescentes en un colegio polimodal. *I Congreso Internacional de Investigación Y Práctica Profesional En Psicología, XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores En Psicología Del MERCOSUR*. Buenos Aires: Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires.
- Álvarez Aguirre, A., Alonso Castillo, M., & Guidorizzi Zanetti, A. (2010). Consumo de alcohol y autoestima en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Enfermagem*, 18, 634-640.
- Angélica, N., García, A., Aguilar, L. R., & Guzmán, F. R. (2008). Efecto de la autoestima sobre el consumo de tabaco y alcohol en adolescentes del área rural de Nuevo León, México. *Revista Electrónica En Salud Mental*, 4(1).
- Braschi, M., Casella, M., Canay, R., Girardelli, A., Kamenieki, M., Nápoli, Quevedo, S. (2012). *Lineamientos para la atención del consumo episódico excesivo de alcohol en adolescentes*. Buenos Aires: Ministerio de Salud de la Nación.
- Castañeda, J., & Castaño, L. C. (2013). Relaciones entre estilos de personalidad y tipos de consumo de alcohol. *Pensamiento Psicológico*, 11(1), 55-69.
- Cupani, M. (2009). El cuestionario de Personalidad IPIP-FFM: Resultados preliminares de una adaptación en una muestra de preadolescentes argentinos. *Perspectivas En Psicología*, 6, 51-58.
- Fantin, M. B. (2006). Perfil de personalidad y consumo de drogas en adolescentes escolarizados. *Adicciones*, 18(3), 285-292.
- Fierro, A. (1990). Autoestima en adolescentes. Estudios sobre su estabilidad y sus determinantes. *Estudios de Psicología*, 45, 85-107.
- Florenzano, R., Sotomayor, P., & Otava, M. (2001). Estudio comparativo del rol de la socialización familiar y factores de la personalidad en las farmacodependencias juveniles. *Revista Chilena de Pediatría*, 72(3).
- Góngora, V., & Casullo, M. (2009). Factores protectores de la salud mental: Un estudio comparativo sobre valores, autoestima e inteligencia emocional en población clínica y población general. *Interdisciplinaria*, 26(2).
- Gutiérrez, T., Pascacio, E., Angélica, A., & Carrasco, V. (2002). Situación socio familiar y nivel de autoestima de la madre adolescente. *Revista Latinoamericana de Enfermagem*, 10(689400), 21-25.
- Kounenou, K. (2010). Exploration of the relationship among drug use & alcohol drinking , entertainment activities and self-esteem in Greek University students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 1906-1910.
- Leibovich, N., & Schmidt, V. (2010). *El contexto familiar y su evaluación desde una perspectiva ecopsicológica*. Buenos Aires: Guadalupe.
- Matrángolo, G., Paz, G., & Simkin, H. (2015). Factores de la personalidad y su relación con la autoestima, la espiritualidad y la centralidad de los eventos traumáticos. *Revista de Investigación En Psicología Social*, 1(2), 78-94.
- Medina, C., & Barra Almagiá, E. (2005). Influencia de la Autoeficacia y la Autoestima en la Conducta de Fumar en Adolescentes. *Terapia Psicológica*, 23(2), 5-11.
- Ministerio de Salud. (2011). *Algunos datos sobre el consumo de alcohol en Argentina*. Buenos Aires: Dirección de salud Mental y Adicciones.
- Navarro, E., & Oliver, J. M. T. A. (2006). Factores personales, familiares y académicos en niños y adolescentes con baja autoestima. *Boletín de Psicología*, (88), 7-25.
- Ochoa, G., & Olaizola, J. (2003). El rol de la autoestima en el consumo moderado de drogas en la adolescencia. *Revista Internacional de Ciencias Sociales Y Humanidades*, 13(1), 285-306.
- Ovejero Bernal, A. (2000). La adicción como búsqueda de identidad: una base teórica psicosocial para una intervención eficaz. *Intervención Psicosocial*, 9(2), 199-215.
- Palacios Delgado, J. (2012). Exploración de los motivos para consumir alcohol en adolescentes. *Psicología Iberoamericana*, 20(1), 29-39.
- Pedrero Pérez, E. (2003). Los trastornos de la personalidad en drogodependientes desde la perspectiva de los cinco grandes factores. *Adicciones*, 15(3), 203-220.
- Pilatti, A., Cupani, M., Urrizaga, A., & Chincolla, A. (2014). Facetas de personalidad relacionadas con el consumo elevado de alcohol en estudiantes universitarios de la provincia de Córdoba. *Perspectivas En Psicología*, 11, 42-52.
- Reginald Rees, A. (2003). Características individuales y de la estructura familiar de un grupo de adolescentes abusadores de alcohol y/o marihuana. *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría*, 41(3).

- Salvatierra López, L., Alvarez, M. A., Ramírez Yáñez, P., Reyes Aranís, L., Yovane, C., Orozco Rugama, A., ... Krause Jacob, M. (2005). Autoconcepto y proyecto de vida: Percepciones de adolescentes embarazadas de un sector periférico de Santiago , participantes de un programa de educación. *Revista de Psicología de La Universidad de Chile*, XIV, 141–152.
- Schmidt, V. (2006). Predictores de abuso de alcohol en adolescentes. Mitos versus evidencia empírica. *Anuario de Investigaciones Facultad de Psicología UBA*, 14, 229–238.
- Schmidt, V., Barreyro, J. P., & Maglio, A. L. (2010). Escala de evaluación del funcionamiento familiar FACES III: ¿Modelo de dos o tres factores? Family Functioning Evaluation Scale FACES III: Model of two or three factors? *Escritos de Psicología*, 3(1417), 30–36.
- Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico. (2014). *Patrones y magnitud del consumo: diagnóstico a nivel país. Sexto estudio nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes de enseñanza media*. Buenos Aires: Presidencia de la Nación.
- Simkin, H., & Becerra, G. (2013). El proceso de socialización. Apuntes para su exploración en el campo psicosocial. *Ciencia, Docencia Y Tecnología*, XXIV(47), 119–142.
- Simkin, H., & Azzollini, S. (2015). Personalidad, autoestima, espiritualidad y religiosidad desde el Modelo y la Teoría de los Cinco Factores. *PSIENCIA. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 7(2), 339–361.
- Simkin, H., Azzollini, S., & Voloschin, C. (2014). Autoestima y problemáticas psicosociales en la infancia, adolescencia y juventud. *Revista de Investigación En Psicología Social*, 1(1), 59–96.
- Velásquez Carranza, D. V., & Pedrao, L. J. (2005). Satisfacción personal del adolescente adicto a drogas en el ambiente familiar durante la fase de tratamiento en un instituto de salud mental 1. *Revista Latinoamericana de Enfermagem*, 13, 836–844.
- Villarreal González, M., Sánchez Sosa, J., Musitu, G., & Varela, R. (2010). El consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: Propuestas de un modelo sociocomunitario. *Psychosocial Intervention*, 19(3), 253–264.
- Villarreal González, M., Sánchez Sosa, J., & Musitu Ochoa, G. (2013). Análisis psicosocial del consumo de alcohol en adolescentes mexicanos. *Universitas Psychologica*, 12(3), 857–873.