





Necesidad de pertenencia al grupo de pares y consumo de alcohol en la adolescencia

Alejandra Daniela Calero¹, Juan Pablo Barreyro², Jesica Formoso³ e Irene Injoque-Ricle⁴

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue determinar si la necesidad de pertenencia y el miedo al rechazo se relacionan con la frecuencia y la cantidad de consumo de alcohol. La muestra estaba compuesta por 399 adolescentes, con una edad media de 15.14 años ($DE = 1.86$). *Materiales:* Se administró el inventario necesidad de pertenencia y un cuestionario de consumo de alcohol. Se hallaron correlaciones significativas positivas entre la cantidad de alcohol que los adolescentes consumen con la necesidad de pertenencia y el factor miedo al rechazo, y entre frecuencia y miedo al rechazo. También, se encontraron diferencias significativas entre los adolescentes abstinentes y los que consumen alcohol de forma moderada con los que lo hacen de forma abusiva. Asimismo, a partir de un modelo puesto a prueba se descubrió que la necesidad de pertenencia media la relación entre el género y el consumo de alcohol. A partir de estos resultados, se puede concluir que la necesidad de pertenencia mostró estar vinculada con el consumo de alcohol, en particular el factor miedo al rechazo que actúa como mediador entre la relación de género y el consumo de alcohol.

Palabras Clave: consumo de alcohol, necesidad de pertenencia, miedo al rechazo, adolescencia, factores de riesgo

-
- ¹ Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Instituto de Investigaciones. Buenos Aires, Argentina. CONICET. Buenos Aires, Argentina; acalero@psi.uba.ar;  <http://orcid.org/0000-0001-7197-1320>
- ² Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Instituto de Investigaciones. Buenos Aires, Argentina. CONICET. Buenos Aires, Argentina; jformoso@psi.uba.ar;  <http://orcid.org/0000-0003-3062-4036>
- ³ Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Instituto de Investigaciones. Buenos Aires, Argentina. CONICET. Buenos Aires, Argentina; jbarreyro@psi.uba.ar;  <http://orcid.org/0000-0002-1606-1049>
- ⁴ Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Instituto de Investigaciones. Buenos Aires, Argentina. CONICET. Buenos Aires, Argentina; X;  <http://orcid.org/0000-0002-7043-677X>

AGRADECIMIENTOS

Se agradece a las instituciones educativas que permitieron el acceso a los adolescentes. A las familias por dar su consentimiento. Y a los adolescentes por su participación.

**EN RECUERDO DE IRENE, DIRECTORA DE ESTE TRABAJO.
GRAN AMIGA Y COMPAÑERA, SIEMPRE PRESENTE.**

Need for Belonging and Alcohol Consumption in Adolescence

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze if the need for belonging and fear of rejection are associated with the frequency of alcohol consumption and the amount of alcohol consumed. The sample consisted of 399 adolescents, with a mean age of 15.14 years ($SD = 1.86$). The inventory of the need for belonging and questionnaire on alcohol consumption was administered. Significant positive correlations were found between the amount of alcohol that adolescents consume, and the need for belonging and the fear of rejection factor, as well as between frequency and fear of rejection. Significant differences were verified between abstinent adolescents and those who consume alcohol moderately, and those who abuse alcohol abusively. Also, it was found that the need for belonging mediates the relationship between gender and alcohol consumption. In conclusion, need for belonging was closely related to alcohol consumption, in particular to fear of rejection.

Keywords: alcohol consumption, need for belong, fear of rejection, adolescents, risk factors

La adolescencia se considera un período de transición entre la niñez y la adultez en el que se desarrollan, de forma gradual, cualidades que harán al individuo adulto (Arnett, 1998). Durante esta transición, se dan modificaciones en distintos niveles, entre los que se encuentran el físico, el psicológico y el social. Durante la infancia, la familia es el centro primario de socialización, desde donde surgen los modelos a seguir a partir de la observación del comportamiento de los padres y de las formas de vincularse a nivel interpersonal (Orcasita Pineda & Uribe Rodríguez, 2010; Sánchez-Queija & Oliva, 2003). En la adolescencia, se logran una serie de nuevas identificaciones, entre ellas se encuentran el grupo de pares, quienes permiten comparar y validar las cogniciones y las emociones para lograr la aprobación de los comportamientos característicos de esta etapa (Orcasita Pineda & Uribe Rodríguez, 2010). El grupo de pares funciona al mismo tiempo como fuente de apoyo y como influencia (Coleman & Hendry, 2003); acompaña, retroalimenta y sirve de modelo a los adolescentes (Vargas & Barrera, 2002). De hecho, durante la adolescencia existe una mayor necesidad de aceptación por parte del grupo de pares y, su contracara, un gran temor al rechazo por parte de ese grupo (Coleman & Hendry, 2003). Se asume que de estas experiencias de vinculación y de autonomía que el adolescente vivencia con sus pares y con su familia surge el sentido de identidad personal (Vargas & Barrera, 2002). En conclusión, el grupo de pares brinda la posibilidad de tomar decisiones de forma independiente de sus padres, de sentir poder y seguridad, brinda prestigio y libertad. Además, se constituye en un importante “modelo de referencia” en el que existen normas que discrepan con los valores de los adultos relacionados con el adolescente (Pardo et al., 2004).

En este ciclo vital, por ende, las variables vinculadas con las relaciones sociales son muy relevantes. Dentro de los aspectos en lo que se observó que el grupo de pares influía durante la adolescencia se encuentra el consumo de alcohol (Rivarola Montejano et al., 2016). El alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida por los jóvenes americanos (Monteiro, 2013; Organización Mundial de la Salud, 2015; Secretaría de Políticas Integrales sobre Drogas de

la Nación Argentina, 2017). Una de las formas más riesgosas de consumo de alcohol es el denominado consumo episódico excesivo de alcohol (CEEA), definido como la ingesta de una gran cantidad de alcohol (medida estándar de 5 o más Unidades de Bebida) en un lapso breve (Ministerio de Salud de la Nación, 2012; National Institute of Alcohol Abuse and Alcoholism Newsletter, 2004). En un estudio epidemiológico realizado en Argentina con adolescentes de entre 12 y 18 años, se encontró que el 71% había consumido alcohol al menos una vez en su vida. De ellos, el 62% indicó haber consumido en el último año y el 50% en el último mes (Secretaría de Políticas Integrales sobre Drogas de la Nación Argentina, 2016).

Los estudios que analizan la relación entre el grupo de pares y el consumo de alcohol durante la adolescencia muestran una fuerte influencia de los grupos de pares para el consumo (Brook et al., 1986; Brooks-Russell et al., 2014; Donovan, 2004; Gersh et al., 2019; Jiménez et al., 2006; Leung et al., 2014; Long et al., 2017; Pilatti et al., 2012; Reifman et al., 1998; Rivarola Montejano et al., 2016; Romo-Avilés et al., 2016; Shulman et al., 2016; Stice et al., 1998; Studer et al., 2014; Teunissen et al., 2016; Van Schoor et al., 2008). Los resultados muestran influencia del consumo por parte del grupo de pares (Brook et al., 1986; Donovan, 2004; Jiménez et al., 2006; Leung et al., 2014; Long et al., 2017; Reifman et al., 1998; Rivarola Montejano et al., 2016; Stice et al., 1998; Wesche et al., 2019), motivación en relación con mejorar las relaciones sociales (Romo-Avilés et al., 2016) y la importancia de las normas del grupo de pares (Gersh et al., 2019; Teunissen et al., 2016). Incluso, se plantean diferencias entre los géneros en estas relaciones (Brooks-Russell et al., 2014; Teunissen et al., 2016). Por ejemplo, la influencia de los pares en el consumo de alcohol puede afectar de manera diferencial el consumo según si la presión de los pares obedece a malas conductas o a la integración y la conformidad (Studer et al., 2014). Teunissen y cols. (2016) encontraron que las normas del grupo de pares con respecto al consumo de alcohol mostraron ser influyentes en el consumo de alcohol de los adolescentes varones, mientras que en otro estudio se encontró que estas normas mediaban la relación entre la influencia de pares y el consumo en el grupo de varones y en menor medida en el de mujeres (Brooks-Russell et al., 2014). Asimismo, también se halló en otra investigación que tener pares que consumían alcohol predecía el consumo excesivo episódico (Reifman et al., 1998). También, se llega a limitar la influencia del grupo de pares para el consumo de tabaco y marihuana, pero no para el consumo de alcohol (Mason et al., 2017).

En esta línea, Baumeister y Leary (1995) plantean que la necesidad de pertenencia (NP) es una motivación universal para las personas y que incluye la necesidad de tener interacciones afectivamente positivas en un contexto estable. La falta de pertenencia a un grupo de pares se asociaría con perjuicios para el sujeto excluido. De hecho, se considera que gran parte de la conducta humana, la emoción y el pensamiento son causados por esta motivación interpersonal fundamental. En nuestro contexto, la NP durante la adolescencia mostró estar conformada por los sentimientos positivos o las tendencias gregarias que genera la pertenencia y por el miedo que produce el rechazo o la no aceptación por parte del grupo de pares (Leibovich et al., 2018). Los estudios recientes realizados en adolescentes se limitan a analizar la relación de este concepto con el uso de redes sociales (Wang et al., 2018; Yin et al., 2019) y las diferencias entre los géneros en función de estas

variables (Lai et al., 2019), o a analizar la relación de la NP con la inteligencia emocional y las diferencias entre los géneros (Calero et al., 2019). En adultos, se ha estudiado en escasos trabajos la relación entre el consumo de alcohol y la necesidad de pertenencia. En un estudio realizado en Estados Unidos con 346 adultos jóvenes, se analizó la relación entre la necesidad de pertenencia y el consumo de alcohol, y se obtuvo como resultado que, en el caso de los varones, tener un mejor amigo que consumiera alcohol era un predictor significativo de la predisposición hacia el consumo solo en aquellos jóvenes con alta necesidad de pertenencia y con mayor fuerza. Asimismo, se halló que la edad se relacionaba de manera positiva con la predisposición hacia el consumo de alcohol (Litt et al., 2012). En otro estudio, realizado con 212 estudiantes universitarios estadounidenses, se encontró que la necesidad de pertenencia moderaba el efecto de interacciones negativas con el consumo de alcohol. Aquellos que tenían una gran necesidad de pertenencia tenían más probabilidad de beber de manera posterior a interacciones sociales negativas si consideraban que sus pares aprobaban dicho comportamiento (Hamilton & DeHart, 2019). Teniendo en cuenta la importancia que el consumo de alcohol tiene a nivel epidemiológico durante la adolescencia, se plantean los siguientes interrogantes: ¿la necesidad de pertenecer que el adolescente reporte influencia la importancia que el grupo de pares tiene para el consumo de alcohol? De ser cierto, se tendría que observar una asociación positiva entre el consumo y la NP. Además, ¿existen diferencias entre los géneros en la relación entre el consumo de alcohol y la NP?

El objetivo general de este trabajo es determinar si, durante la adolescencia, la NP y el miedo al rechazo (MR) se relacionan con la frecuencia de consumo de alcohol y con la cantidad de alcohol que consumen los adolescentes, y si esta relación se ve afectada por el género.

Los objetivos específicos del presente estudio son: (1) Estudiar la relación de la NP y el MR con la frecuencia y cantidad de consumo de alcohol, (2) Estudiar la relación de la NP y el MR con la frecuencia y cantidad de consumo de alcohol en función del género, (3) Estudiar la relación de la NP y el MR con la frecuencia y cantidad de consumo de alcohol en función del año al que asiste el adolescente y (4) Estudiar los niveles de la NP y el MR en los adolescentes abstinentes, los consumidores moderados y los abusivos. Por último, se pretende establecer un modelo de mediación en el que se pretende indagar sobre la relación entre el género y la edad con la frecuencia de consumo de alcohol, la cantidad de consumo de alcohol y la frecuencia de consumo excesivo episódico mediado por la NP.

MÉTODO

Participantes

La muestra estuvo compuesta por 399 adolescentes (263 mujeres -66%- y 136 varones -34%-), con una edad media de 15.14 años ($DE = 1.86$, $Mín = 13$, $Máx = 19$) y que asistían a dos escuelas privadas de educación media de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Del total de la muestra, 137 asistían a primer año con una media de edad de 13.12 ($DE = 0.39$, $Mín = 13$, $Máx = 15$), 139 asistían a tercer año con una media de edad de 15.17 ($DE = 0.40$, $Mín = 15$, $Máx = 17$) y 123 asistían a quinto año con una media de edad de 17.43 ($DE = 0.51$, $Mín = 17$, $Máx = 19$). La muestra provenía de un estrato socioeconómico medio y medio/bajo.

Procedimiento

El método de muestreo fue no probabilístico por conveniencia (Hernández Sampieri et al., 2008), de acuerdo con las instituciones que aceptaron participar en el estudio y de los padres que dieron su consentimiento informado para que los adolescentes participen. El consentimiento consistía en una nota donde se explicaban las características de la investigación, el anonimato y la confidencialidad de los datos recabados. La administración de los instrumentos se realizó en una única oportunidad de forma grupal dentro de las instituciones educativas durante el horario escolar. Se evitó que el personal de la escuela esté presente para no sesgar las respuestas de los adolescentes.

Materiales

Necesidad de pertenencia (NP; Leary et al., 2013). Adaptación local: Leibovich et al. (2018). Está compuesto por dos subescalas: NP (e.g., “Necesito sentir que hay personas con las que puedo contar en momentos de necesidad o urgencia”), la que evalúa la tendencia a la gregariedad, la necesidad de sentirse parte de un grupo, los sentimientos o las emociones positivas en relación con la necesidad de pertenecer; y MR (e.g., “Mis sentimientos se hieren rápidamente cuando siento que otros no me aceptan”) que evalúa la preocupación por no ser aceptado por los otros, los sentimientos o las emociones negativas con relación al rechazo o a las preocupaciones ante la posibilidad de no ser aceptado. El núcleo central de la NP se asienta sobre la base de que las personas tienen una fuerte y permanente motivación para iniciar y mantener un cierto número mínimo de relaciones sociales. El instrumento consta de 10 ítems con una escala likert con cuatro opciones de respuesta (desde 4 = *Es exactamente así* a 1 = *No es así*); siete ítems evalúan el factor NP y tres, el factor MR. Los valores más altos reflejan mayor NP. Se estimó la confiabilidad utilizando alfa de Cronbach y se alcanzó un coeficiente de .66. El instrumento presentó adecuados índices de validez (Leibovich et al., 2018).

Cuestionario sobre consumo y frecuencia de alcohol. El cuestionario, que está compuesto por una serie de preguntas directas, evalúa la cantidad (con una escala que permite llevar todas las bebidas a una misma unidad de medida), la frecuencia del consumo de alcohol (e.g., “Durante los últimos doce meses ¿qué tan seguido tomó una bebida alcohólica?”) y la frecuencia del CEEA (e.g., “¿Qué tan seguido tomas 5 o más tragos en una misma ocasión?”). En las preguntas sobre frecuencia y cantidad, los valores más bajos reflejan un menor consumo de alcohol. Se agrupó a los adolescentes en función de la cantidad de alcohol que consumían: se consideró como consumidores de alta cantidad a los adolescentes que ingerían más de 5 unidades de bebida por ocasión (CEEA) y como consumidores de baja cantidad a los que ingerían menos de esa cantidad (Cremonte et al., 2011).

Análisis de datos

Dado que no se pudo comprobar que la distribución de los puntajes de las variables incluidas en el presente estudio fuese cercana a la de una distribución normal (Tabla 1), el análisis estadístico necesario se realizó utilizando pruebas estadísticas no-paramétricas. Para estudiar la relación entre el consumo de alcohol (frecuencia y cantidad) y la NP, se utilizó la prueba no paramétrica rho de Spearman. Las correlaciones se realizaron por

género y por año del secundario al que asistía el adolescente. Para estudiar el grado de asociación entre las variables, se aplicó el criterio de Bonferroni sobre el p valor. Para analizar la relación entre el tipo de consumo —abstinentes, moderados (de una 1 a 4 unidades de alcohol por ocasión) y CEEA (más de 5 unidades de bebidas por ocasión)— y NP, se utilizó la prueba no paramétrica Kruskal Wallis. Para efectuar la comparación *post hoc*, se utilizó la prueba U de Mann Whitney con corrección de Bonferroni para ajustar el p valor. El análisis factorial confirmatorio se llevó a cabo utilizando la estimación de máxima verosimilitud entre las variables como input para el análisis de datos (Arbuckle, 2003). Este análisis es un método estadístico utilizado para medir la bondad de ajuste de un modelo teórico a los datos empíricos (Hair et al., 1998). Para probar el ajuste del modelo, se utilizaron los siguientes índices de ajuste incremental y absoluto: AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), CFI (*Comparative Fit Index*), y TLI (o índice de Tucker-Lewis). Para estos índices, se consideran adecuados valores iguales o superiores a .90 (Hu & Bentler, 1998, 1999; Shumacker & Lomax, 1996); RMSEA (*Root Mean Square Error of Aproximation*); RMR (*Root Mean Square Residual*). Para estos dos indicadores, se considera que valores iguales o inferiores a .08 indican un buen ajuste (Browne & Cudeck, 1993; Hair et al., 1998), χ^2 (chi cuadrado) el cual se espera que $p > .05$ (que se acepte H_0). Para los análisis de los datos, se utilizaron los paquetes estadísticos SPSS 21 (IBM, 2012), AMOS 21 (Arbuckle, 2012) y *Cliff's Delta Calculator* (Macbeth et al., 2010).

RESULTADOS

A continuación, se presentan los estadísticos descriptivos de las variables pertenecientes al inventario NP (Tabla 1).

Tabla 1
Descriptivos y prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	<i>M</i>	<i>DE</i>	Curtosis	Asimetría	K-S	<i>gl</i>	<i>p</i>
NP	2.17	.47	-.15	.08	.05	398	.01
Factor 1: NP	1.99	.50	.06	.44	.08	398	.00
Factor 2: MR	2.55	.70	-.41	-.09	.09	398	.00

Con respecto a la relación entre la NP con la frecuencia y la cantidad de consumo de alcohol, se hallaron correlaciones significativas entre la NP y la cantidad de consumo ($Rho = .14$, $p = .03$), y entre el factor MR con la frecuencia ($Rho = .17$, $p < .00$) y la cantidad ($Rho = .18$, $p < .00$). En todos los casos, se trata de un tamaño del efecto pequeño donde la relación implica que a mayor índice en alguno de los factores de NP, mayor es el consumo de alcohol.

Al repetir los análisis por género, se encontraron correlaciones positivas significativas en el caso de los varones entre la NP con la frecuencia de consumo ($Rho = .26$; $p = .01$) y con la cantidad de alcohol ($Rho = .25$, $p = .02$). También se hallaron correlaciones significativas entre el factor MR con la frecuencia de consumo de alcohol ($Rho = .24$, $p = .03$) y la cantidad de alcohol ($Rho = .24$, $p = .03$). De la misma manera, las correlaciones encontradas tienen un efecto de tamaño pequeño e implican que cuanto mayor es el índice de NP reportado, mayor es el consumo de alcohol. En mujeres, no se hallaron correlaciones significativas.

En relación con el año del secundario al que asiste el adolescente, se encontró en tercer año una correlación positiva significativa con un tamaño del efecto pequeño entre el factor MR con la frecuencia ($Rho = .23$, $p = .04$) y la cantidad de consumo de alcohol ($Rho = .25$, $p = .02$). En quinto año del secundario, se hallaron relaciones positivas significativas entre la NP con la frecuencia con un tamaño del efecto medio ($Rho = .32$, $p < .00$) y la cantidad con un tamaño del efecto pequeño ($Rho = .27$, $p = .01$); entre el factor NP y la frecuencia con un tamaño del efecto pequeño ($Rho = .24$, $p = .05$); entre el MR con la frecuencia con un tamaño del efecto medio ($Rho = .34$, $p < .00$) y la cantidad con un tamaño del efecto pequeño ($Rho = .27$, $p = .01$). También en este caso, las correlaciones indican que los adolescentes que reportaron mayor NP consumen más alcohol. En primer año no, se hallaron correlaciones significativas.

Se estudiaron las diferencias en los niveles de NP reportados entre los abstinentes, los consumidores moderados y los abusivos (CEEA) y se encontraron diferencias significativas entre los tres grupos de adolescentes en NP total y en los factores NP y MR. En todos los casos fueron los consumidores CEEA los que reportaron mayores índices (Tabla 2).

Tabla 2
Necesidad de pertenencia (NP) y cantidad

	Rango Promedio CEEA			χ^2	gl	p
	Bajo (n = 154)	Medio (n = 178)	Alto (n = 67)			
Necesidad de pertenencia total	180.25	191.58	242.07	14.29	2	.00
Factor 1: Necesidad de pertenencia	183.57	193.21	230.52	8.18	2	.02
Factor 2: Miedo al rechazo	179.22	190.98	245.91	16.95	2	.00

Se realizaron comparaciones por pares para analizar dónde se encontraba la diferencia detectada. El análisis *post hoc* indicó, luego de corregir el p valor por el índice de Bonferroni, que entre los CEEA y los abstinentes ($U = 3530.5$, $z = 3.74$, $p < .001$) y los moderados ($U = 4399.5$, $z = 3.17$, $p = .01$) existe una diferencia significativa en la NP y que esta es mayor en los CEEA. También, se detectó una diferencia significativa en el factor NP entre los abstinentes y los CEEA; también es mayor en los consumidores CEEA ($U = 3826$, $z = 2.83$, $p = .03$). Asimismo, se hallaron diferencias significativas entre los abstinentes ($U = 3413.5$, $z = 4.03$, $p < .01$) y los consumidores moderados ($U = 4277.5$, $z = 3.44$, $p < .01$), con CEEA en el factor MR (Tabla 3).

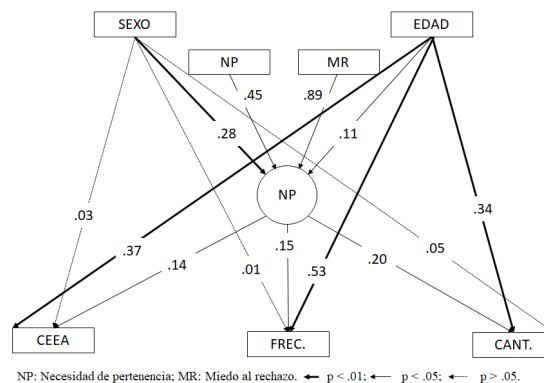
Tabla 3
Análisis *post hoc* necesidad de pertenencia (NP) y tipo de consumo

	Tipo de consumo			U	Z	p
	Abstinentes	Moderados	CEEA			
Necesidad de pertenencia	161.07	171.20		12870	-.96	.34
	100.43		135.31	3530.5	-3.74	.00**
Factor 1: Necesidad de pertenencia		114.22	146.34	4399.5	-3.17	.01*
	161.77	170.60		12977	-.84	.40
Factor 2: Miedo al rechazo	102.99		129.4	3926	-2.83	.03*
		116.48	140.31	4803	-2.35	.11
Factor 2: Miedo al rechazo	161.23	171.06		12895	-.94	.35
	99.67		137.05	3413.5	-4.03	.00**
		113.53	148.16	4277.5	-3.44	.00**

Nota. * $p < .05$ ajustado por corrección de Bonferroni; ** $p < .01$ ajustado por corrección de Bonferroni.

Por último, se puso a prueba un modelo de mediación en el que se pretende indagar la relación entre el género y la edad con la frecuencia de consumo de alcohol, la cantidad de consumo de alcohol y la frecuencia de CEEA mediadas por la NP. Se hallaron excelentes índices de ajuste, $\chi^2(4) = 3.17$, $p = .53$, AGFI = .98, TLI = .99, CFI = .99, RMR = .01, RMSEA = .00. Los efectos directos son significativos en todas las variables a excepción del género (Figura 1). En relación con los efectos indirectos, se observa en el caso del género un efecto indirecto significativo sobre la frecuencia ($\beta = .04$, $p < .01$), la cantidad ($\beta = .06$, $p < .00$) y la frecuencia de CEEA ($\beta = .04$, $p < .00$). Con respecto a la edad, por su parte, se observó un efecto indirecto significativo sobre la frecuencia ($\beta = .02$, $p = .02$), la cantidad ($\beta = .02$, $p = .02$) y la frecuencia de CEEA ($\beta = .02$, $p = .03$). En el caso de la edad, se encontró que hay un efecto de mediación parcial ya que la misma variable tiene efectos directos y efectos indirectos mediados por la NP. Por otro lado, en cuanto a la variable género se observó un efecto de mediación total dado que, si bien no presentó efectos directos significativos, sí se encontraron efectos indirectos mediado por la NP. El modelo también mostró una asociación positiva significativa entre CEEA y la frecuencia ($r = .65$, $p < .01$), entre CEEA y la cantidad ($r = .42$, $p < .01$) y entre la frecuencia y la cantidad ($r = .35$, $p < .01$); mientras que frecuencia y cantidad ($r = .03$, $p = .51$). Estos resultados indican que la NP media en distintos grados la relación entre edad y género con consumo de alcohol.

Figura 1
Modelo mediacional de NP



DISCUSIÓN

Desde la concepción de Baumeister y Leary (1995), la necesidad de pertenecer es una motivación interpersonal universal y el ser excluido representaría un perjuicio para los humanos. Este trabajo tiene la intención de realizar una contribución al conocimiento sobre los alcances de la influencia de la necesidad de pertenecer al grupo de pares de los adolescentes sobre la problemática de consumo de alcohol. Al analizar la relación entre las variables de consumo de alcohol y la NP, los resultados indicaron en la muestra completa una relación significativa entre la cantidad de alcohol que los adolescentes consumen con la NP y el factor MR, y entre frecuencia y el MR. Particularmente, al interior de la NP, se destaca la relación entre el factor

MR y la frecuencia y la cantidad de consumo de alcohol. Parecería que aquello que motiva a los adolescentes a consumir residiría en el temor a ser rechazado por sus pares más que en la necesidad de pertenecer a un grupo propiamente dicha. Coleman y Hendry (2003) plantean que en la adolescencia los pares cobran particular importancia, y que la NP y el temor a ser rechazados son las dos caras de una misma moneda. El rechazo por parte del grupo de pares implicaría para el adolescente la pérdida de un apoyo fundamental sobre el cual, además, construye su identidad (Orcasita Pineda & Uribe Rodríguez, 2010), su autonomía y obtiene una validación de las vivencias típicas de este ciclo vital (Vargas & Barrera, 2002).

Al repetir los análisis por género se encontró solo en el grupo de varones una relación positiva entre la NP y el factor MR con la frecuencia y la cantidad de consumo de alcohol. En función de estos resultados, se puede sostener que la influencia de la NP y el MR sobre las variables de consumo de alcohol se limita al grupo de varones. En esta línea, investigaciones previas habían informado que los varones mostraban una mayor influencia del grupo de pares en relación con el consumo de alcohol (Brooks-Russell et al., 2014; Teunissen et al., 2016). También, en el trabajo realizado por Litt et al. (2012) se estableció que tener un mejor amigo que consumiera alcohol predecía con fuerza el consumo de alcohol en varones que reportaban mayores niveles de NP. Quizás el hecho de que en el grupo de mujeres no se haya encontrado una relación significativa se deba a que los comportamientos que las adolescentes llevan a cabo para ser aceptadas no incluyen el consumo de alcohol entre sus ritos. Es posible que la similitud de los resultados encontrados en la población del presente trabajo con los estudios anteriormente citados, realizados en otras sociedades occidentales, muestre un patrón de socialización que atraviesa a la cultura occidental.

Con respecto a las relaciones halladas por año del secundario al que asisten los adolescentes, se observa una tendencia al aumento de la relación entre las variables de consumo de alcohol y la NP. Mientras que en primer año no se observa ninguna relación significativa, en tercero sí hay una relación significativa del factor MR con la frecuencia y la cantidad de consumo de alcohol. En quinto año, las relaciones significativas más fuertes se hallaron entre la frecuencia con la NP total, el factor MR y, con menor magnitud, con el factor NP. Asimismo, en este grupo se replica la asociación hallada en varones entre frecuencia con NP y MR. Sin embargo, la interpretación de estos resultados debe realizarse con cautela. El crecimiento de la relación entre la NP y el consumo de alcohol se da de forma paralela al aumento del consumo de alcohol conforme aumenta la edad. El trabajo de Litt et al. (2012) mostró que la edad se asociaba de manera significativa con la predisposición hacia el consumo de alcohol, pero no estudió cómo se comportaba la relación entre la NP y el consumo en función de la edad. Los resultados del presente trabajo podrían interpretarse como un cambio en el tipo de comportamientos que los jóvenes deben llevar a cabo para ser aceptados por sus pares, más que por un aumento de los niveles de la NP per se. Considerando la importancia que en investigaciones previas los pares mostraron tener para el consumo de alcohol durante la adolescencia (Leung, et al., 2014), una mayor valoración del consumo de alcohol por parte de sus amigos puede producir un cambio hacia un mayor consumo de alcohol como algo “esperable” en ese grupo. Una incitación por parte de sus pares a incurrir en esta conducta de riesgo puede tener una mayor influencia debido a las características propias de la

adolescencia (Shulman et al., 2016), lo que explicaría los resultados encontrados.

Al comparar las diferencias en los niveles de la NP informados por los adolescentes en función del tipo de consumo, se encontró que los adolescentes con CEEA mostraron mayores niveles de NP total, del factor NP y del factor MR que los abstinentes y moderados.

El modelo puesto a prueba mostró una mediación total de la NP en la relación entre género y las variables cantidad, frecuencia de consumo de alcohol y frecuencia de CEEA: la influencia del género sobre las variables de consumo de alcohol se explica por la NP que los adolescentes señalaron como mecanismo generativo del efecto. En el caso de la edad, la mediación de la NP hallada fue parcial. Esto indicaría que la influencia de la edad sobre las variables de consumo de alcohol esta mediada por la NP, pero su efecto principal sobre la cantidad, la frecuencia de consumo y la frecuencia de CEEA se da de forma directa. Por último, el modelo indicó que la NP influencia de forma significativa las variables de consumo de alcohol.

Los resultados del presente trabajo contribuyen a explicar los mecanismos que subyacen a la importancia del grupo de pares durante la adolescencia como un factor de riesgo para el consumo de alcohol. En particular, el trabajo analiza un área específica de las relaciones con pares en la adolescencia como es la necesidad de pertenencia (NP) que el adolescente experimenta. La necesidad de pertenecer y el miedo al rechazo (MR) mostraron estar estrechamente vinculados al consumo de alcohol durante la adolescencia, e inclusive, ser parte fundamental para explicar las diferencias entre los géneros en relación con el consumo de alcohol. En trabajos previos, se ha planteado el estereotipo del adolescente que consume alcohol no solo como algo que los adultos sostienen, sino también, como algo que los propios adolescentes persiguen para alejarse de los comportamientos típicos de la infancia (Oliva Delgado et al., 2008). A partir de esta investigación, es posible indicar que parte de la estimulación que los adolescentes encuentran para consumir alcohol se vincula con los comportamientos que la propia cultura juvenil valora como positivos, en especial en el caso de los varones quienes mostraron una relación más fuerte en este sentido. Incurrir en este tipo de conductas permitiría a los jóvenes sentirse aceptados y, de esta manera, satisfacer una necesidad que se considera una motivación básica y universal para los humanos.

Incluso este comportamiento se ha visto asociado de forma positiva a dominios del autoconcepto y de la autoestima, lo que también se vinculó al estereotipo sensacionalista del adolescente problemático que consume alcohol. Se encontró una asociación positiva entre un mayor nivel de autoconcepto en dominios sociales y un mayor consumo de alcohol. Esta imagen que la propia sociedad tiene de los jóvenes podría funcionar como el espejo en el que los propios adolescentes se ven, que permite que el consumo de alcohol se vuelva una práctica socialmente valorada que repercute de forma positiva en la autopercepción que el adolescente que consume alcohol tiene de sí mismo (Calero et al., 2016). A la hora de analizar y de desarrollar intervenciones dirigidas a disminuir el consumo de alcohol, es fundamental considerar el ideal que los mismos adultos proveen a los adolescentes para modificar comportamientos que se encuentran naturalizados en la sociedad.

Entre las preguntas que se desprenden de este estudio se plantea la posibilidad de analizar por medio de un estudio longitudinal la evolución de la

relación entre el consumo de alcohol y la NP. Además, sería oportuno llevar a cabo el análisis conjunto de la NP y otros factores de riesgo, como pueden ser las características sociales, emocionales y cognitivas, con el fin de poder acotar y probar la influencia de los estereotipos sociales en la ocurrencia de este comportamiento de riesgo.

Este trabajo no se encuentra exento de limitaciones. En primer lugar, la muestra con la que se trabajó fue no probabilística y, por lo tanto, no representativa. En segundo lugar, solo participaron adolescentes escolarizados de clase media, lo que limita el alcance de las conclusiones alcanzadas dada la importancia de las normas que los grupos adolescentes poseen para los comportamientos que pueden llevar a un joven a ser aceptado por su grupo de pares. A su vez, aunque la NP se considera una necesidad universal, los factores que la componen pueden variar de sociedad en sociedad por lo que, por ejemplo, el MR puede no ser un componente universal de la NP. A su vez, el tipo de estudio no permite establecer relaciones de causalidad entre las variables involucradas.

REFERENCIAS

- Arbuckle, J. L. (2003). *AMOS 5.0*. SmallWaters.
- Arbuckle, J. L. (2012). *Amos 21 Reference Guide*. Amos Development Corporation.
- Arnett, J. J. (1998). Learning to stand alone: The contemporary American transition to adulthood in cultural and historical context. *Human Development*, 41, 295–315. <https://doi.org/10.1159/000022591>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Brook, J. S., Whiteman, M., Gordon, A. S., Nomura, C., & Brook, D. W. (1986). Onset of adolescent drinking: A longitudinal study of intrapersonal and interpersonal antecedents. *Advances in Alcohol & Substance Abuse*, 5(3), 91–110. https://doi.org/10.1300/J251v05n03_07
- Brooks-Russell, A., Simons-Morton, B., Haynie, D., Farhat, T., & Wang, J. (2014). Longitudinal relationship between drinking with peers, descriptive norms, and adolescent alcohol use. *Prevention Science*, 15(4), 497–505. <https://doi.org/10.1007/s11121-013-0391-9>
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative way of assessing model fit. En K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing Structural Equation Models* (pp. 8136–8162). Sage Publication.
- Calero, A. D., Barreyro, J. P., Formoso, J., & Injoque-Ricle, I. (2019). Inteligencia emocional y necesidad de pertenencia al grupo de pares durante la adolescencia. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 22(2), 16–36. <https://doi.org/10.21134/haaj.v16i1.259>
- Calero, A. D., Schmidt, V., & Bugallo, L. (2016). Alcohol consumption and its relationship with the adolescent self-perception. *Health and Addictions*, 16(1), 49–57.
- Coleman, J. C., & Hendry, L. B. (2003). *Psicología de la adolescencia*. Ediciones Morata.
- Cremonte, M., Cherpital, C., Bosges, G., Peltzer, R., & Santángelo, P. (2011). Drinking patterns and DSM-IV alcohol use disorders' criteria in Argentinean Emergency Department patients. *Journal of Drug Addiction, Education and Eradication*, 6, 15–30.
- Donovan, J. E. (2004). Adolescent alcohol initiation: a review of psychosocial risk factors. *Journal of Adolescent Health*, 35(6), 529, e7-18. [https://doi.org/10.1016/S1054-139X\(04\)00066-7](https://doi.org/10.1016/S1054-139X(04)00066-7)
- Gersh, E., Lee, C. M., & McCarty, C. A. (2019). Changes in peer norms as a mediator of reduction in adolescent alcohol use. *Substance Use & Misuse*, 54(10), 1611–1617. <https://doi.org/10.1080/10826084.2019.1594906>
- Hair, F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., Black, W. C., & Hall. (1998). *Multivariate data analysis with readings*. Prentice.
- Hamilton, H. R., & DeHart, T. (2019). Needs and Norms: Testing the Effects of Negative Interpersonal Interactions, the Need to Belong, and Perceived Norms on Alcohol Consumption. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 80(3), 340–348. <https://doi.org/10.15288/jsad.2019.80.340>
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2008). *Metodología de la investigación*. (4ta ed.). Mc Graw Hill.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.3.4.424>
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Jiménez, T. I., Musitu, G., & Murgui, S. (2006). Family functioning and communication and adolescent drug use: Social support as a mediator. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 21–34.

- <https://doi.org/10.1174/021347406775322214>
- Lai, H.-M., Hsieh, P.-J., & Zhang, R.-C. (2019). Understanding adolescent students' use of Facebook and their subjective wellbeing: a gender-based comparison. *Behaviour & Information Technology*, 38(5), 533–548. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1543452>
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A., & Schreindorfer, L. S. (2013). Construct validity of the need to belong scale: Mapping the nomological network. *Journal of Personality Assessment*, 95(6), 610–624. <https://doi.org/10.1080/00223891.2013.819511>
- Leibovich, N., Schmidt, V., & Calero, A. D. (2018). The Need to Belong (NB) in Adolescence: Adaptation of a Scale for its Assessment. *Psychology and Behavioral Science International Journal*, 8, 1–7. <https://doi.org/10.19080/PBSIJ.2018.08.555747>
- Leung, R. K., Toumbourou, J. W., & Hemphill, S. A. (2014). The effect of peer influence and selection processes on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. *Health Psychology Review*, 8(4), 426–457. <https://doi.org/10.1080/17437199.2011.587961>
- Litt, D. M., Stock, M. L., & Lewis, M. A. (2012). Drinking to Fit in: Examining the Need to Belong as a Moderator of Perceptions of Best Friends' Alcohol Use and Related Risk Cognitions Among College Students. *Basic and Applied Social Psychology*, 34(4), 313–321. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.693357>
- Long, E., Barrett, T. S., & Lockhart, G. (2017). Network-behavior dynamics of adolescent friendships, alcohol use, and physical activity. *Health Psychology*, 36(6), 577–586. <https://doi.org/10.1037/hea0000483>
- Macbeth, G., Razumiejczyk, E., & Ledesma, R. D. (2010). Cliff's Delta Calculator: Un programa para calcular el tamaño del efecto no paramétrico al comparar dos grupos de observaciones. *Universitas Psychologica*, 10(2), 545–555. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy10-2.cdcp>
- Mason, M. J., Zaharakis, N. M., Rusby, J. C., Westling, E., Light, J. M., Mennis, J., & Flay, B. R. (2017). A longitudinal study predicting adolescent tobacco, alcohol, and cannabis use by behavioral characteristics of close friends. *Psychology of Addictive Behaviors*, 31(6), 712–720. <https://doi.org/10.1037/adb0000299>
- Ministerio de Salud de la Nación. (2012). *Lineamientos para la Atención del Consumo Episódico Excesivo de Alcohol en Adolescentes*. <https://www.toxicologia.org.ar/wp-content/uploads/2016/05/2012-consumo-alcohol.pdf>
- Monteiro, M. (2013). Alcohol y Salud Pública en América Latina: ¿cómo impedir un desastre sanitario? *Adicciones*, 25(2), 99–105. <https://doi.org/10.20882/adicciones.56>
- National Institute of Alcohol Abuse and Alcoholism Newsletter (2004). Binge drinking defined. *National Institute of Alcohol Abuse and Alcoholism Newsletter*, 3(3).
- Orcasita Pineda, L. T., & Uribe Rodríguez, A. F. (2010). La importancia del apoyo social en el bienestar de los adolescentes. *Avances de La Disciplina*, 4(2), 69–82. <https://doi.org/10.21500/19002386.1151>
- Organización Mundial de la Salud (2015). *Regional Status Report on Alcohol and Health in the Americas*. WHO.
- Pardo, G., Sandoval, A., & Umbarila, D. (2004). Adolescencia y depresión. *Revista Colombiana de Psicología*, 13, 13–28.
- Pilatti, A., Godoy, J. C., & Brussino, S. A. (2012). Análisis factorial confirmatorio del cuestionario de Expectativas hacia el alcohol para adolescentes (CEA-A). *Acta Colombiana de Psicología*, 15(2), 11–20. [https://doi.org/10.1016/S1575-0973\(11\)70014-9](https://doi.org/10.1016/S1575-0973(11)70014-9)
- Reifman, A., Barnes, G. M., Dintcheff, B. A., Farrell, M. P., & Uhteg, L. (1998). Parental and peer influences on the onset of heavier drinking among adolescents. *Journal of Studies on Alcohol*, 59(3), 311–317. <https://doi.org/10.15288/jsa.1998.59.311>
- Rivarola Montejano, G., Pilatti, A., Godoy, J. C., Brussino, S. A., & Pautassi, R. M. (2016). Modelo de predisposición adquirida para el uso de alcohol en adolescentes argentinos. *Suma Psicológica*, 23(2), 116–124. <https://doi.org/10.1016/j.sumpsi.2016.03.002>
- Romo-Avilés, N., Marcos-Marcos, J., Marquina-Márquez, A., & Gil-García, E. (2016). Intensive alcohol consumption by adolescents in Southern Spain: The importance of friendship. *International Journal of Drug Policy*, 31, 138–146. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2016.01.014>
- Sánchez-Queija, I., & Oliva, A. (2003). Attachment to parents and peer relationships during adolescence. *Revista de Psicología Social*, 18(1), 71–86. <https://doi.org/10.1174/02134740360521796>
- Secretaría de Políticas Integrales sobre Drogas de la Nación Argentina (2017). *Estudio Nacional En Población De 12 A 65 Años Sobre Consumo De Sustancias Psicoactivas. Tabaco-Alcohol*. Observatorio argentino de drogas. <http://www.observatorio.gov.ar/media/k2/attachments/15.pdf>
- Shulman, E. P., Smith, A. R., Silva, K., Icenogle, G., Duell, N., Chein, J., & Steinberg, L. (2016). The dual systems model: Review, reappraisal, and reaffirmation. *Developmental Cognitive Neuroscience*, 17, 103–117. <https://doi.org/10.1016/j.dcn.2015.12.010>
- Shumacker, R. E., & Lomax, R. G. (1996). *A beginner guide to structural equation modeling*. Erlbaum.
- Stice, E., Myers, M. G., & Brown, S. A. (1998). A longitudinal grouping analysis of adolescent substance use escalation and de-escalation. *Psychology of Addictive Behaviors*, 12(1), 14. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.12.1.14>
- Studer, J., Baggio, S., Deline, S., N'Goran, A. A., Henchoz, Y., Mohler-Kuo, M., Daepfen, J.-B., & Gmel, G. (2014). Peer pressure and alcohol use in young men: A mediation analysis of drinking motives. *International Journal of Drug Policy*, 25(4), 700–708. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2014.02.002>
- Teunissen, H. A., Kuntsche, E., Scholte, R. H. J., Spijkerman, R., Prinstein, M. J., & Engels, R. (2016). Friends' drinking norms and male adolescents' alcohol consumption: The moderating role of performance-based peer influence susceptibility. *Journal of Adolescence*, 53, 45–54.

- <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.08.017>
- Van Schoor, G., Bot, S. M., & Engels, R. C. M. E. (2008). Alcohol drinking in young adults: The predictive value of personality when peers come around. *European Addiction Research, 14*(3), 125–133. <https://doi.org/10.1159/000130416>
- Vargas, E., & Barrera, F. (2002). Adolescencia, relaciones románticas y actividad sexual: una revisión. *Revista Colombiana de Psicología, 11*, 115–134.
- Wang, P., Xie, X., Wang, X., Wang, X., Zhao, F., Chu, X., Nie, J., & Lei, L. (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. *Personality and Individual Differences, 128*, 133–138. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.035>
- Wesche, R., Kreager, D. A., & Lefkowitz, E. S. (2019). Sources of Social Influence on Adolescents' Alcohol Use. *Journal of Research on Adolescence, 29*(4), 984–1000. <https://doi.org/10.1111/jora.12439>
- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J., & Lei, L. (2019). Social networking sites addiction and FoMO: The mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Current Psychology, 40*(3), 3879–3887. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00344-4>

Recibido 15-09-2021 | Aceptado 19-05-2022



Este trabajo se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional que permite a terceros utilizar lo publicado siempre que se dé el crédito pertinente a los autores y a *Psicodebate*.