



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ESTE
FACULTAD DE FILOSOFÍA
CARRERA PSICOLOGÍA



FACTORES MOTIVACIONALES PARA EL CONSUMO DE
ALCOHOL DE LOS ADOLESCENTES DE INSTITUCIONES
EDUCATIVAS DEL NIVEL MEDIO DE SANTA RITA – AÑO
2016

Autora

Kellin Borges Conte; kellinkbc@gmail.com

Orientador

Lic. Gladys Perla Cañiza

Trabajo Final de Grado presentado a la Facultad de Filosofía de la
Universidad Nacional del Este como requisito para la obtención del título de
Licenciatura en Psicología

Santa Rita – Paraguay

2017

RESUMEN

Esta investigación se encuentra enmarcado dentro del Trabajo Final de Grado direccionado desde la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, Sede Santa Rita, Alto Paraná, Paraguay. El alcohol se ha convertido en la sustancia psicoactiva de abuso más extendida entre los adolescentes a nivel mundial y éstos se encuentran en el dilema de adoptar conductas adultas con respecto a la diversión y el ocio, reflejando directamente en el consumo de alcohol, por esta razón la investigación tiene como objetivo analizar los factores motivacionales para el consumo del alcohol de los adolescentes de instituciones educativas del Nivel Medio de Santa Rita en el periodo 2016. Para la recolección de las informaciones se elaboró un cuestionario teniendo en cuenta cinco variables motivacionales – factores familiares, presión de grupo, autoafirmación del yo, demandas académicas y propaganda e influencia del medio – con tres niveles de consumo para cada situación – bajo, medio y alto –, tomadas de tres distintos centros educativos de la ciudad en el horario de clases con 68 estudiantes presentes en el momento de la aplicación. La investigación tiene un alcance descriptivo porque selecciona y describe diversos aspectos de los factores motivacionales que influyen en el consumo de alcohol en adolescentes, el diseño de la investigación es no experimental porque no hay manipulación deliberada de las variables estudiadas, y es transversal porque describe el estado del fenómeno estudiado en un momento determinado. Los resultados indican que el mayor factor familiar para el consumo de alcohol en adolescentes es participar de fiestas familiares (55,5% de consumo en mujeres y 47,8% en varones), la presión de grupo influye en el consumo durante las reuniones con fácil acceso a la bebida (46,6% en mujeres y 52,17% en varones) y las propagandas influyen en el consumo de cerveza durante el clima cálido (60% en mujeres y 39,13% en varones). En las variables autoafirmación del yo y demandas académicas no se encontró resultados significativos.

Palabras claves: consumo de alcohol, relación familiar, presión de grupo, autoafirmación del yo, demandas académicas, propagandas de bebidas alcohólicas.

ABSTRACT

This research is framed within the Final Work of Degree directed from the Faculty of Philosophy of the National University of the East, Santa Rita Headquarters, Alto Paraná, Paraguay. Alcohol has become the psychoactive substance of abuse most widespread among adolescents worldwide and these are in the dilemma of adopting adult behaviors with respect to fun and leisure, reflecting directly in the consumption of alcohol, for this reason The research aims to analyze the motivational factors for the alcohol consumption of adolescents of educational institutions of the Middle Level of Santa Rita in the period 2016. For the collection of information a questionnaire was elaborated taking into account the five motivational variables - factors Family, group pressure, self-assertion of the ego, academic demands and propaganda and influence of the environment - with three levels of consumption for each situation - low, medium and high - taken from three different schools in the city in the class schedule with 68 students present at the time of application. The research has a descriptive scope because it selects and describes different aspects of the motivational factors that influence the consumption of alcohol in adolescents, the design of the research is non-experimental because there is no deliberate manipulation of the variables studied, and is transversal because it describes the State of the phenomenon studied at a given time. The results indicate that the major family factor for alcohol consumption in adolescents is to participate in family parties (55.5% in women and 47.8% in men), group pressure influences consumption during meetings with Easy access to drink (46.6% in women and 52.17% in men) and advertisements influence beer consumption during hot weather (60% in women and 39.13% in men). In the variables self-assertion of the ego and academic demands no significant results were found.

Keywords: alcohol consumption, family relationship, group pressure, self-affirmation of the self, academic demands, advertisements for alcoholic beverages.