

Agentes socializadores y prevención del consumo de alcohol en jóvenes en tiempos de Instagram: una responsabilidad compartida

Juan López-MoralesDepartamento de Trabajo Social y Servicios Sociales
Universidad de Granada  **Mª Aránzazu Fernández-Rodríguez**Departamento de Sociología. Área de Sociología
Universidad de Oviedo  **Rosario González-Arias**Departamento de Sociología. Área de Trabajo Social y Servicios Sociales
Universidad de Oviedo  **Nuria Romo-Avilés**Departamento de Antropología Social
Universidad de Granada  <https://dx.doi.org/10.5209/cuts.97077>

Enviado: 10/07/2024 • Aceptado: 13/03/2025

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo analizar el papel de la familia y agentes sociales institucionales en relación con el consumo de alcohol y el uso de redes sociales en jóvenes. La metodología de la investigación consistió en la realización de entrevistas en profundidad y la organización grupos de discusión con personas menores de 24 años con consumos de alcohol y perfil en la red social Instagram. Los resultados de nuestro estudio muestran que en el ámbito familiar se normaliza el uso del alcohol que realizan las personas jóvenes y predomina un discurso relacionado con el consumo responsable. Las redes sociales contribuyen a esa normalización al ser frecuentes las publicaciones de amistades o familiares realizando conductas de riesgo, entre las que destaca el consumo de esta sustancia. A la vista de estos hallazgos, se considera fundamental implementar intervenciones en contextos familiares e institucionales (educación, salud, y otros) incluyendo espacios de interacción social como Instagram y otras comunidades virtuales. Creemos que el papel del Trabajo Social es importante en la mejora de la salud y la prevención del abuso de sustancias psicoactivas resulta relevante, a través del desarrollo de programas y políticas de intervención preventiva dirigidas a la población joven.

Palabras Clave: Trabajo Social; Alcohol; Jóvenes; Prevención; Redes Sociales

ENG Socializing agents and prevention of alcohol consumption among young people in the Instagram era: A shared responsibility

Abstract: The aim of this study is to analyse the role of the family and institutional social agents in relation to alcohol consumption and use of social networks among young people. The research methodology consisted of in-depth interviews and discussion groups conducted with people under 24 years of age who maintain profiles on the Instagram social network. The results of this study show that alcohol use among young people is normalised in the family environment and the dominant discourse focuses on responsible use. Social media contributes to this normalisation, with frequent publications of friends or family members engaging in risky behavior, with alcohol consumption to the forefront. In view of these findings, it is considered essential to carry out interventions in family and institutional contexts (education, health and others), including interaction social spaces such as Instagram and other online communities. We believe that social work plays an important role in the improvement of health and that it is key to prevent the abuse of psychoactive substances through the development of preventive intervention programmes and policies aimed at young people.

Key Words: Social work; alcohol; young people; prevention; social media

Sumario: Introducción. El consumo de alcohol y las redes sociales. El papel de la familia, las instituciones y el Trabajo Social ante esta problemática. Metodología. Consideraciones éticas. Resultados. El ambivalente papel de la familia en la prevención del consumo de alcohol: entre la prevención y la promoción. Otros agentes

sociales involucrados más allá del ámbito familiar: necesarios pero insuficientes. Transformando el rol de las redes sociales ante los consumos: alianzas estratégicas para la prevención. Discusión. Conclusiones. Bibliografía.

Como citar: López-Morales, J.; Fernández-Rodríguez, M.^a. A.; González-Arias, R.; Romo-Avilés, N. (2025). Agentes socializadores y prevención del consumo de alcohol en jóvenes en tiempos de Instagram: una responsabilidad compartida. *Cuadernos de Trabajo Social* 38(2), 347-356. <https://dx.doi.org/10.5209/cuts.97077>

Introducción

El consumo de alcohol y las redes sociales

El alcohol es la principal sustancia psicoactiva consumida en España. Según la *Encuesta sobre alcohol y otras drogas en España EDADES* (2022), el 93,2% de la población de 15 a 64 años refiere haber consumido bebidas alcohólicas alguna vez en la vida. En relación con los consumos intensivos, un 35,4% de los hombres jóvenes adultos de 15 a 34 años y el 24,1% de las mujeres indican haberse emborrachado alguna vez en los últimos 12 meses. Por su parte, la *Encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España ESTUDES* (2023) indica que el 75,9% de los estudiantes de 14 a 18 años ha consumido alcohol alguna vez en la vida (73,9% en 2021) y el 56,6% en los últimos 30 días (53,6% en 2021).

El consumo de alcohol por parte de adolescentes está asociado con muchos comportamientos de riesgo para la salud (p. ej., fumar cigarrillos, usar drogas ilícitas, comportamientos sexuales de riesgo, conducir ebrio, entre otros) (Miller et al., 2007). En las últimas décadas el problema se ha agravado a través del fenómeno conocido como “cultura de la intoxicación” (Atkinson y Sumnall, 2016; Hutton y Wright, 2015; Laws et al., 2018; Lyons et al., 2016) que incluye los espacios de la economía nocturna, en los que el consumo excesivo de alcohol se asocia con placer, implica diversión y socialización entre personas jóvenes (McCreanor et al., 2008). Según Mecca (2018) las relaciones sociales se convierten en un eje fundamental de las primeras salidas y desarrollo del ocio nocturno en la juventud, llevando a cabo procesos complejos de exploración de sus identidades y emancipación familiar.

Además, cabe señalar que los tradicionales espacios de ocio y consumo de alcohol se han ampliado como resultado de la progresiva incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en nuestras vidas. En la actualidad, el entorno digital se ha convertido en un espacio de uso diario para la interacción social y el entretenimiento (Gómez y Calderón, 2022).

La población joven pasa cada vez más tiempo comunicándose con amistades y personas conocidas en entornos online (Moreno y Whitehill, 2014). Según la última encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en España, el 95,4% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet en los últimos tres meses, 0,9 puntos más que en 2022. Entre adolescentes y jóvenes de 16 a 24 años el uso de Internet se convierte en una práctica mayoritaria, con un 99,8% en los hombres y también un 99,8% en las mujeres (INE, 2023).

Entre las actividades que este colectivo realiza en internet, destaca el uso de redes sociales. Las redes sociales tienen un papel muy importante en la vida diaria y ocupan gran parte de su tiempo, por lo que se utilizan también con frecuencia para hablar sobre el alcohol (Carotte et al., 2017; Hendriks et al., 2017; Tong et al., 2008).

El reflejo de consumo de alcohol por parte de adolescentes y jóvenes en redes sociales como Instagram se ha convertido en una práctica habitual (Romo et al., 2023a). Diversas investigaciones indican que existe una relación positiva entre el consumo de alcohol y el uso de redes sociales por parte de los y las jóvenes (Geusens y Beullens, 2021; Hendriks et al., 2018; Russell et al., 2022; Scott y Barber, 2020), observándose un aumento de las publicaciones relacionadas con este tipo de comportamientos en los días festivos, momento en el que se incrementa también el consumo de bebidas alcohólicas (Bellis et al., 2015; Pérez-Fuentes et al., 2020).

Otros estudios han señalado que las redes sociales pueden promover el consumo de alcohol debido a la influencia de publicaciones de amistades y familiares que muestran esta conducta de riesgo como algo positivo (Navarro et al., 2018) y de comentarios favorables sobre el consumo de alcohol que se comparten en estas plataformas (Boyle et al., 2016; Moreno et al., 2015).

La literatura ha mostrado así mismo que las redes sociales distorsionan la realidad del consumo de alcohol, especialmente cuando hablamos de personas jóvenes, ya que se comparte contenido audiovisual sobre consumos de alcohol, idealizándolo y ocultando sus riesgos (Romo et al., 2023b). A este respecto, en un estudio realizado en cuatro países (Corea del Sur, Finlandia, España y EEUU) se observó que en los tres primeros existía una asociación clara entre el uso diario de Facebook e Instagram y el consumo peligroso de alcohol (Savolainen et al., 2020).

El papel de la familia, las instituciones y el Trabajo Social ante esta problemática

Afrontar el problema del consumo abusivo de alcohol en la población más joven no resulta fácil. Por un lado, porque su consumo está asociado a modas de socialización y de disfrute del ocio general que también se dan en este colectivo. Por otro lado, es importante resaltar cómo el consumo de alcohol debe entenderse como una

práctica social encarnada e integrada en relaciones de género (Lyons et al., 2017). En este sentido y siguiendo la revisión de Patró-Hernández et al. (2020) dedicada al estudio de la relación entre las normas de género y el consumo de alcohol, los estereotipos tradicionales siguen estando presentes. Se asocia el rol masculino con un mayor consumo de alcohol, agresividad y conductas de riesgo, mientras el rol femenino se identifica con un menor consumo de alcohol, los cuidados y el hogar. Esto sucede pese a que está constatado el cambio en los patrones en las chicas más jóvenes, quienes tienen prevalencias más altas de consumo de alcohol en comparación con los chicos y además llevan a cabo los consumos más intensivos (Romo et al., 2023a).

Las relaciones familiares tienen un papel importante en el desarrollo de los y las jóvenes ya que dependiendo de las actuaciones parentales pueden constituir un factor de riesgo o protección (Barragán et al., 2016; De la Torre et al., 2013). El papel que juegan las familias, por tanto, sirve como modelo y transmisor de valores y actitudes en la educación de la juventud (Secades, Fernández-Hermida y Vallejo, 2005). La mejora y aumento de los lazos afectivos familiares no solo protege del consumo y reduce la probabilidad del mismo, sino que también sirve de protección para otros comportamientos problemáticos en la adolescencia (Errasti et al., 2009). Barragán et al. (2016) indican en su estudio que los sujetos que más consumían tenían un mayor apoyo social percibido por parte del grupo de iguales, en cambio por parte de la familia dicho apoyo era menor. Lograr intervenciones en los contextos familiares y sociales de las personas jóvenes es clave al considerar que estos perciben el hecho de tomar alcohol como un factor que facilita sus interacciones sociales, reforzando el comportamiento de consumo (Lema et al., 2011).

Desde algunas asociaciones e instituciones dedicadas a la prevención y el tratamiento de adicciones en España se han desarrollado programas de prevención escolar con el objetivo de adquirir actitudes y estilos de vida saludables en la juventud (Fernández-Rodríguez et al., 2021). Los programas de prevención del consumo de alcohol en la adolescencia a menudo incluyen componentes que corrigen las percepciones erróneas de los y las adolescentes sobre las tasas de consumo de alcohol entre iguales o factores de fortalecimiento (por ejemplo, crianza positiva) que pueden amortiguar la influencia del consumo de alcohol percibido por sus pares (Bo et al., 2023). En esta línea las propias redes sociales pueden servir para trabajar la prevención del consumo de alcohol ya que proporcionan información imprescindible sobre el papel que juega el consumo de alcohol en la adolescencia y juventud ofreciendo medios para identificar individuos que requieren una intervención debido a un uso indebido o conductas de riesgo asociadas a la intensificación de los consumos (Litt et al., 2018).

Como sabemos, el Trabajo Social desempeña un papel importante en la mejora de la salud general de toda la comunidad a través del impulso de programas y políticas de intervención, incluyendo la prevención del abuso de sustancias psicoactivas (Delany, Sanville y Shields, 2013). Tal y como comentamos anteriormente, existe una normalización del consumo excesivo de alcohol entre los y las jóvenes. La prevención y detección temprana de los consumos problemáticos de drogas legales e ilegales es clave para una intervención inmediata desde los diferentes recursos que trabajan en la erradicación de este problema (López-Morales et al., 2021). El abuso de alcohol sigue siendo un problema global que hay que reducir y prevenir sus consecuencias, siendo un gran desafío para el Trabajo Social (Begin y Clapp, 2016). El Trabajo Social, además, no sólo se debe centrar en las sustancias y en la prevención sino también en crear estrategias de acompañamiento (Montivero y Santillán, 2021).

A la vista de los datos contextuales y teóricos expuestos parece oportuno seguir ampliando el conocimiento científico sobre el tema dada su relevancia social y pertinencia epistémica. En consecuencia, el objetivo de esta investigación es analizar el papel de la familia y otros agentes sociales en relación con el consumo de alcohol y uso de redes sociales en personas jóvenes.

Metodología

Partimos de un estudio basado en una etnografía digital mediante la aplicación de diferentes técnicas cualitativas de investigación realizadas en un trabajo de campo llevado a cabo entre enero y diciembre del año 2021, tanto de forma presencial como virtual. Esta última como consecuencia de las restricciones sanitarias impuestas durante el confinamiento por la pandemia del COVID-19, lo que en un principio se consideró un hándicap pero que, al mismo tiempo, facilitó al equipo investigador el contacto telemático con los y las jóvenes de 12 Comunidades Autónomas diferentes de España. En total, se desarrollaron 13 grupos de discusión y 38 entrevistas en profundidad en los que participaron 118 jóvenes de dos grupos de edad (15-18 años y 19-24 años) y perfiles diversos en relación con la clase social, ruralidad, la orientación sexual, etnicidad o religiosidad. Además, se llevó a cabo un período de observación intensiva en Instagram durante el cual se estudiaron las cuentas abiertas de 50 jóvenes.

Los criterios de participación en la investigación fueron el consumo de alcohol y que tuvieran cuentas en Instagram. Elegimos Instagram en lugar de otras redes sociales populares entre los y las jóvenes, como TikTok, por dos razones principales: Primero, porque se trata de la red social más utilizada en España entre la población joven, tanto para consumir como para crear contenido, con un 84,9% de jóvenes utilizando esta red frente al 67% de TikTok y el 61% de YouTube (Gómez y Calderón, 2022); y segundo, nos interesaba particularmente investigar el grupo de edad más joven, por ser el colectivo menos investigado, y esto resultaba más fácil de lograr a través de Instagram, ya que los y las jóvenes pueden crear una cuenta a partir de los 13 años, mientras que en TikTok la edad mínima es de 16 años. De esta forma, pudimos incluir en el estudio a jóvenes de 15 años, que de otro modo no habrían sido parte del grupo de participantes. El contacto se realizó principalmente a través de la técnica de bola de nieve, utilizando fundamentalmente el sistema educativo: institutos y universidades, así como colectivos juveniles y asociaciones que trabajan con esta población.

En un primer momento, nos presentamos y contamos brevemente en qué consistía el proyecto de investigación. Les enviamos el enlace a la página web del proyecto en el que podían leer los objetivos del proyecto, las universidades que estaban implicadas en el mismo, y poner cara al grupo de investigadoras que formamos parte de este. En la web también podían acceder a los datos de contacto de cada investigadora del grupo.

El trabajo de campo se inició en enero del 2021, momento en el que llevamos a cabo el primer grupo de discusión de manera virtual, que fue grabado y transcrita literalmente. Iniciamos el proceso realizando un borrador del guion del grupo de discusión entre las personas participantes en la investigación y una segmentación intencional de los grupos basándonos en la investigación previa sobre el tema objeto de estudio. De su análisis se procedió a la corrección y reorganización de los temas a incluir en el debate realizándose el resto de los grupos ($N=13$). El día de realización del grupo, justo antes de comenzarlo, les proporcionamos a las y los participantes el enlace a un formulario de Google en el que recogimos información básica como el nombre, comunidad autónoma y ciudad, edad, datos de contacto, nivel de estudios, tipo de uso del alcohol y de las redes sociales. En nuestro caso, y debido a la obligada virtualización de los grupos, su duración ha sido de 1,5-2 horas. En ese tiempo les pedimos que nos llenaran un formulario de datos en el que tardaron sobre 5-10 minutos.

El proceso de entrevistas en profundidad contó con la participación de todo el equipo de investigación. Realizamos un borrador del guion de entrevistas que fue contrastado entre las personas investigadoras en una reunión de grupo presencial además se elaboró una segmentación intencional del grupo de participantes con el objetivo de abarcar la mayor heterogeneidad discursiva posible.

La primera entrevista piloto se realizó en octubre del 2021 de manera virtual y fue grabada y transcrita literalmente. De su análisis se procedió a la corrección y reorganización de los temas a incluir en el guion de la entrevista. Debido a que en los grupos de discusión se consiguió contactar con un perfil más adulto (entre los 18-24 años), en el caso de las entrevistas dimos prioridad a la búsqueda de perfiles de personas más jóvenes (entre los 16-18 años). La interseccionalidad ha guiado la búsqueda de participantes, seleccionando perfiles diversos en cuanto a edad, pero también orientación sexual, etnicidad, religión, ruralidad, clase social autopercibida.

Siguiendo el modelo de la teoría fundamentada (Glaser y Strauss, 1967) hemos llevado a cabo un proceso de análisis continuo de la información a lo largo del trabajo de campo. Todos los resultados de las distintas técnicas de investigación aplicadas en el proceso de etnografía digital se han incorporado en una base común de Nvivo 12.

Consideraciones éticas

La investigación ha recibido la aprobación del Comité de Ética de la Universidad de Granada con referencia (1944/CEIH/2021). Además, cumple con los criterios éticos internacionales de la Declaración de Helsinki de 1964 (World Medical Association, 1964) y sus posteriores modificaciones, así como con los principios de Investigación e Innovación Responsable (RRI) del Horizonte 2020 (European Commission, 2013) y el reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo sobre tratamiento de datos personales (Parlamentos Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2016). Todas las personas participantes en el proyecto accedieron de forma voluntaria a ser entrevistadas recibiendo información sobre el estudio, así como una carta de compromiso de confidencialidad firmada por el equipo de investigación. Los consentimientos informados fueron solicitados directamente a las personas informantes cuando eran mayores de edad, y en el caso de menores a sus tutores, a través de la dirección de los centros educativos o a las personas responsables de las asociaciones y colectivos juveniles. Mayoritariamente el consentimiento informado fue firmado de manera manuscrita o digital.

Resultados

El ambivalente papel de la familia en la prevención del consumo de alcohol: entre la prevención y la promoción

Los resultados que se presentan a continuación deben tomarse como una muestra de los discursos reconocidos en esta investigación que ilustra las variadas formas y significados que el consumo de alcohol tiene en las vidas de estas personas jóvenes y sus familias.

Nuestros datos muestran cómo los familiares de los y las jóvenes que han formado parte del estudio se preocupan porque éstos realicen un consumo responsable. Muchas de las personas entrevistadas mencionan consejos como “bebe con precaución”, “no te pases bebiendo” o “no bebas mucho”, como podemos observar en los siguientes testimonios:

Mi padre, tíos y abuelos me han dicho que haga un consumo responsable, que beba, que me ponga borrachito, pero sin pasarme y pues es lo que he estado haciendo. He bebido y no he tenido problemas de ponerme súper borracho casi nunca. Así que ya está, me dicen que sea responsable, que sé lo que hago y que saben cómo soy así que no me voy a pasar, confían en mí (M13, Chico de 16 años).

Algunos de estos y estas jóvenes indican que sus familiares nunca les han dicho que no beban, sino que si beben alcohol el consumo sea responsable. Esta cuestión la ponía claramente de manifiesto este chico de 18 años:

Mi madre pues me dice “no bebas mucho, no te pases” y tal... nunca me dijo en plan de no, de no bebas, porque no, porque seguramente ella también lo hacía, ha sido joven, es normal, pero siempre que tenga cuidado y que no me enganche a eso claramente. Pero nunca me dijo no lo hagas, ¿sabes? O sea que estaría bien que no lo hiciera, pero no que no lo haga (M16, Chico de 18 años).

Los datos obtenidos indican que, además de familiares que les piden que realicen un consumo responsable, también hay quienes normalizan el consumo de alcohol y no les preocupa que sus hijos e hijas lo consuman, bajo el amparo de la confianza. El siguiente testimonio, de una chica de 16 años, es un claro ejemplo de ello:

A mis padres... vamos a ver, no les da igual, pero a la vez les despreocupa porque yo soy una niña que soy responsable (...). Entonces yo bebo y sé que tengo que beber moderadamente y teniendo cuidado con la gente y todo eso. Mis padres saben que yo soy responsable y que no se tienen que preocupar dentro de ese ámbito. Ahora que tengo 16 años, antes no, pero ahora que soy más mayor, pues sí es como es normal que la niña beba o lo que sea porque tiene 16 años, ellos a nuestra edad se iban de fiesta también y es normal. Pero al ser responsable pues como que se preocupan menos, y es normal (M36, Chica de 16 años).

La normalización del consumo y la despreocupación de los familiares en base a un consumo responsable hace que, en ocasiones, dicho consumo sea realizado de forma conjunta:

Yo he estado de fiesta con mi madre y con mi padre en plan, por ejemplo, el fin de semana pasado fue el cumple de mi amiga que cumplió los 18. Se lió una en el momento de locos. Estuvimos todos, sus amigos, mis padres y todos. Y yo iba y me dicen “me gusta que bebas así” porque yo no soy de las que van “pum, pum” (M10, Chica de 18 años).

En estos casos, lo que sí se problematiza por parte de muchos familiares es el mezclar diferentes bebidas alcohólicas, mostrando cierta preocupación al respecto:

Mis padres me dijeron que no mezclara y que, si iba, por ejemplo, me iba a pedir un cubata que no cambiara la bebida, sino que pues a partir de ahí que siguiera bebiendo lo mismo (M29, Chico de 18 años).

Esta normalización generalizada del consumo de alcohol socialmente aceptada no coincide con la preocupación de los familiares con el consumo de otras sustancias. Esto se pone claramente de manifiesto en el siguiente testimonio:

Yo he llegado a casa borracho más de una vez y quieras o no pues claro, se han preocupado por mí, pero mis padres antes que por el alcohol se han preocupado por otras sustancias que pudiera tomar (M14, Chico de 19 años)

Frente a los relatos de normalización y consumo de alcohol en familia, también hay menores que relatan el desconocimiento de sus progenitores respecto a su consumo, ya que optan por ocultárselo utilizando para ello diferentes estrategias:

Nunca lo han sabido. Siempre he intentado ocultarlo (M33, Chico de 16 años).

Mis padres no, porque simplemente no lo sabían, porque no lo contaba, pero sí por mi estado de ánimo. Mis amigos sí, pero ya no, porque pongo límites. Porque no les voy a decir que ahogo mis problemas con el alcohol porque me van a decir: “¿tú no sabes la edad que tienes?, tú no sabes lo que es un problema de verdad”. Entonces ellos se preocupan por mi estado de ánimo porque me pasaba todo el día llorando, mucho, pero ellos sabían más de mi estado de ánimo que de lo que hacía (M31, Chica de 16 años).

Se lo ocultaba. A lo mejor me quedaba a dormir fuera, lo disimulaba bien o se me pasaba ya cuando llegaba a mi casa (M31, Chica de 16 años).

La importancia de la intervención familiar para prevenir consumos abusivos de alcohol o conductas de riesgo es reconocida por las propias personas jóvenes participantes en la investigación. Así, el no recibir por parte de las familias información sobre estas cuestiones les genera “un vacío” y desconocimiento:

Pues no sé, yo es que creo que con todo nos tienen que educar desde... sobre todo desde la familia, yo creo que eso es muy importante, pero también desde los colegios con todo. No solo con el alcohol, sino con el alcohol, las drogas, las redes sociales, etc. Y es que... si en la familia no te hablan de esas cosas al final es que en ese sentido estás como vacío. Puedes recibir discursos en los colegios y eso, pero es que tampoco hay... (M19, Chica de 20 años).

A la vista de los testimonios puede afirmarse que el consumo responsable, la normalización de estos consumos y la importancia de la intervención familiar constituyen las principales cuestiones planteadas por los y las jóvenes entrevistadas.

Otros agentes sociales involucrados más allá del ámbito familiar: necesarios pero insuficientes

Las instituciones sociales, políticas y educativas, junto con las familias anteriormente mencionadas, deben tener un papel fundamental en la prevención del consumo de alcohol en los y las menores. Varias de las personas participantes en nuestra investigación indicaban haber recibido charlas informativas en sus centros

educativos sobre diferentes sustancias psicoactivas, pero no sobre el alcohol, siendo ésta la sustancia más consumida entre este colectivo, como se ha señalado con anterioridad. También dicen que es importante enfocar estas charlas de una manera correcta en la que no se prohíba beber alcohol o se base únicamente en los problemas de salud que se pueden desarrollar, sino que se les enseñe a “controlar” la cantidad y forma de consumo e iniciar acciones que les permitan reducir los daños:

No, nunca he recibido. He recibido charlas en torno al tema drogas. Sobre lo perjudiciales que son, las causas que pueden tener... pero nunca me han dado una charla sobre el consumo de alcohol. No sé, yo quizás lo vería necesario, pero no para que le digan a los adolescentes “no bebáis alcohol”, sino para que le digan “controlad la cantidad de alcohol que podéis manejar”, porque yo creo que es lo más importante. No le vas a decir a un adolescente que si sale de fiesta no beba alcohol, dile cómo, que lo sepa controlar y ya está (M13, 16 años).

Es lo típico de: “no consumas alcohol”, pero tú ¿cómo le vas a decir a una persona que no consume alcohol porque tú lo dices, porque es malo y fin? cada uno va a decir: “yo quiero experimentar, quiero vivir mis experiencias y quiero hablar y basarme en ellas”. Entonces, al fin y al cabo, las charlas que te dan son las típicas: los efectos del alcohol, las enfermedades que puedes desarrollar, el excesivo consumo de alcohol y que el alcohol es malo, no tiene más (M31, Chica de 16 años).

En relación con el perfil de profesionales que les habían impartido las charlas informativas señalan que principalmente eran profesionales de las fuerzas y cuerpos de seguridad del estado (Policía y Guardia Civil) o del sector sanitario (del ámbito de la Medicina y Enfermería). No indicaban haber recibido información por parte de profesionales del ámbito de lo social. Las charlas recibidas por parte de los cuerpos de seguridad solían centrarse en los distintos efectos de las diferentes sustancias, les indicaban que tuvieran cuidado con el consumo y que estas sustancias eran caras y generaban adicción.

Sí, siempre vinieron los típicos policías a clase a darnos charlas y gente que no... (M16, Chico de 16 años).

Un Guardia Civil (*cuerpo de seguridad de España*) y nos explicó el efecto de las drogas, el efecto del alcohol y todo eso (M28, Chico de 17 años).

Sí que recuerdo, por ejemplo, cuando estaba en la ESO (*Educación Secundaria Obligatoria*) de venir policías nacionales a darnos charlas acerca de las drogas (...) que tengamos mucho cuidado porque las podían echar en las bebidas y que no aceptáramos nada de eso porque te engancha, es caro y luego aparte nos explicaron la cantidad de neuronas que mataban en la cabeza, me acuerdo (M23, Chico de 19 años).

Por otra parte, señalaban que habían recibido información por parte de asociaciones y personal sanitario sobre las consecuencias y efectos que tenía el alcohol y otras drogas en su organismo.

Sí, ha venido gente de alguna asociación o los mismos médicos que trabajan en la sanidad, que nos han dado alguna charla sobre eso (M11, Chico de 16 años).

Fuimos a lo de Alcohólicos Anónimos, nos dieron una charla y tal, la verdad que fue muy guay y después no sé aquí bueno también hicimos otra como un congreso de hecho que teníamos que ir de drogodependencias o algo así, que vinieron a darnos una charla desde el ámbito de la enfermería. (M05, Chica de 22 años).

Parece claro el importante rol que tienen en la prevención del consumo de los y las jóvenes las familias, junto con las instituciones políticas, educativas y sociales, incluido el Trabajo Social. A pesar de ello, y como hemos podido observar en los testimonios anteriores, dicho papel se encuentra desdibujado o invisibilizado en los discursos juveniles analizados.

Transformando el rol de las redes sociales ante los consumos: alianzas estratégicas para la prevención

Instagram, alcohol y fiesta es un tridente a menudo relacionado entre los y las más jóvenes. El mostrar imágenes en redes sociales como Instagram cuando están de fiesta consumiendo alcohol es algo habitual. Así se evidencia en los discursos de las y los participantes:

Obviamente cuando se sale de fiesta y está bebiendo, es como que se incrementa más por el hecho de que te encuentras con gente que a lo mejor conoces, hace mucho tiempo que no ves y dices “venga, vamos a echarnos una foto para que se quede para recuerdo” y cosas así (Grupo de discusión mixto, 19-24 años).

En el siguiente testimonio podemos observar cómo se relaciona directamente “fiesta” con consumir alcohol, algo muy común entre las personas que participaron en esta investigación:

Creo que el concepto de fiesta, por mi parte, está ligado al alcohol. Si yo salgo de fiesta, voy a consumir alcohol. Es que no sé, siempre lo he hecho así... Lo primero que se piensa es relacionar el tema de fiesta con “vamos a consumir alcohol” (Grupo de discusión mixto, 19-24 años).

En relación con esto se justifica el consumo indicando que el alcohol “da mayor seguridad en uno o una misma” y sube el ánimo:

El alcohol, una de las cosas que tiene es que a ti te da como mayor seguridad en ti mismo. Algo absurdo, pero era una de las cosas que ocurre... Por el hecho de que te encuentran más animado. (...) yo pienso que sí, que el tema de la fiesta sí está ligado al tema del consumo de alcohol o incluso el consumo de otras drogas. (Grupo de discusión mixto, 19-24 años).

Otra chica indica que se lo pasa bien cuando consume, que se ríe con todo en grupo y que le sirve para ser más sociable con otras personas:

Sí, porque yo con el alcohol no soy nada violenta ni nada de nada. Yo entro a mi bola, me harto de reír con todo y la gente se harta de reír conmigo. Que entro en mi mundo y yo cualquier cosa la veo graciosa, pero cualquier cosa, y aparte como que me abro más, mira que yo soy abierta con la gente, soy super sociable, pero ya con un par de cubatas encima, ya ni te cuento (M10, Chica 18 años).

Algunos de los relatos recogidos en esta investigación indican que a chicos y chicas les gusta subir contenido a las redes sociales enseñando que están bebiendo alcohol:

Mi contenido... muchos amigos que hacen fotos de fiesta y luego las subían. La verdad es que luego me tenía que desetiquetar porque mi cara me daba vergüenza. O sea, fotos cuando ya la gente está muy perjudicada. (...) Creo que son las que siempre se plasma un poco de, de locura, ¿sabes? Entonces creo que, si el consumo alcohol fuese menor, posiblemente no querías, no queríamos mostrarnos tan desinhibidos (Grupo de discusión chicas, 19-24 años).

El contenido que suben a las redes sociales cuando están de fiesta también se ve influido por el consumo de alcohol. El alcohol hace que se desinhiban y les importe menos el tipo de imágenes que suben a redes sociales como Instagram:

La persona que consume alcohol a la hora de las publicaciones se desinhibe mucho más. Ahora está lo de mejores amigos (*opción de Instagram para subir contenido a personas previamente seleccionadas por los usuarios*), pero antes cuando no estaban mejores amigos, pues se llegaban a subir ridículos y te arrastrabas también mucho porque x persona viniese a verte y yo lo he vivido con mis amigas "así", que se tomaban dos copas y ya: "pues venga, vamos a hablarle a tal" o "voy a subir esto" (Grupo de discusión chicas, 19-24 años).

El siguiente testimonio pone de manifiesto el uso de Instagram como medio para quedar y salir de fiesta con otra gente. Podemos decir que los y las jóvenes utilizan las redes sociales como herramienta para socializar con el grupo de iguales, crear planes para salir de fiesta o acudir a fiestas cuyo contenido ven en Instagram. Del mismo modo, este testimonio reconoce utilizar los directos de Instagram (función para emitir en directo imágenes en esta red social) para consumir alcohol y otras sustancias, como cannabis:

Nos íbamos a una casa o lo que sea y ya en la casa esa pues a lo mejor nos poníamos a hacer un directo de Instagram y mientras en el directo pues nos íbamos haciendo nuestros porros, nos echábamos unos cubatas (...). Y ya pues a través del directo pues se metía gente y ya decíamos "Oye, ¿qué vais a hacer esta noche?" tal y cual, "¿os venís a no sé dónde?" Y pues al final averiguamos planes por eso, por Instagram, o veíamos historias de gente de fiesta y les hablábamos y le decíamos "oye ¿qué hacéis esta noche? que estoy con fulanito, que tenemos el coche y tenemos ir pensado a no sé dónde" y al final pues nos pegamos una fiesta pero eso, gracias a Instagram. Como hay tanta comunicación de historias, de que sabes dónde está cada persona o lo que sea pues es por eso, por Instagram me comunico yo para irme de fiesta. (M14, Chico 19 años).

Las redes sociales tienen como función facilitar la comunicación y el intercambio de información. El subir fotografías a las redes sociales es algo normalizado entre la juventud. Indican realizar esto para "presumir" ante sus seguidores de lo que están bebiendo, con quién están bebiendo o cómo se lo están pasando:

Si, por ejemplo, salgo de fiesta le echo una foto al cubata y luego me echo una foto con mi amigo con el cubata a la mano, y luego le hice una foto a la botella... Pero claro, mis amigos como que lo hacen por fardar (*presumir*). A lo mejor yo si me voy a tomar unas cervezas con mi amigo, pues subo así como de medio lado, o la cervecita y la tapita, o alguna cosa así también, claro, como para decir: "Mira qué bien, mira qué rico", ¿sabes? (M01, género no binario de 24 años).

Algunos de los testimonios indican que la popularidad aumenta cuando suben imágenes y vídeos llevando a cabo conductas de riesgo entre las que se encuentran el consumo de alcohol, cuestión que se pone de manifiesto en uno de los grupos de discusión:

Yo creo que sí aumenta el nivel de popularidad, ya que otra persona al ver eso, piensa como que esa persona es arriesgada o está loca o no sé qué, y pueden algunos llegar a identificar con este tipo de personalidades, y yo creo que: bueno, vamos a seguirla a ver qué tal, qué sigue haciendo y cómo va y esas cosas (Grupo de discusión 1, mixto de 19-24 años).

Por el contrario, en un grupo de discusión se indicó que no es necesario subir contenido y mostrar imágenes cuando se sale y que con el tiempo van teniendo cada vez más cuidado con lo que suben a las redes sociales:

A medida que ha ido pasando el tiempo también me he vuelto más cuidadosa. De que ya no, no es por vergüenza de que alguien me vea tomado una copa, sino de por qué tengo que mostrar eso, en plan me lo estoy pasando bien... Pues ya está, en plan... No hace falta como mostrarlo obligatoriamente (Grupo de discusión chicas, 19-24 años).

Del mismo modo que las redes sociales son un elemento clave para la comunicación y difusión de información entre la población joven, se podrían pensar que pueden ser una herramienta útil para prevenir el consumo de alcohol y otras drogas. Los y las jóvenes lo tienen claro cuando se les pregunta por este asunto:

Las redes sociales sí servirían para prevenir (*el consumo de alcohol*). Si la gente, la mayoría por no decir todos, tenemos las redes sociales y la gente lo ve y si lo ve pues no sé, algo más entrará en conciencia. A lo mejor unos no y otros sí, pero vamos, por lo menos se ve. (M23, Chico de 19 años).

Partiendo de estos testimonios, podemos afirmar que las redes sociales tienen un papel muy importante en la prevención del consumo de alcohol. Es por ello que desde el Trabajo Social se puede aprovechar su uso como herramienta preventiva frente a los consumos problemáticos.

Discusión

Los resultados mostrados en el apartado anterior van en la línea de la literatura especializada sobre la temática. En este sentido, Romo et al. (2023a) indican que factores de tipo cultural, social y familiar, por imitación, pertenencia y sociabilidad grupal compartida en redes sociales, contribuyen a la normalización del consumo de alcohol entre personas jóvenes. Esta cuestión se ha puesto de manifiesto en nuestra investigación.

Las redes sociales han provocado una auténtica revolución en nuestra sociedad. A los espacios de consumo de alcohol tradicional (bares, discotecas, domicilios, calles y plazas) se les ha sumado el espacio virtual que las redes sociales ofrecen. Sin embargo, y de acuerdo con Westgate y Holliday (2016), podemos afirmar que las redes sociales tienen un gran potencial para facilitar la intervención y trabajar en la prevención de la salud pública. Litt et al., (2018), indicaban que las redes sociales son clave para trabajar la prevención del consumo de alcohol al ofrecer medios para identificar consumos problemáticos.

En concordancia con el estudio realizado por Lema et al., (2011), consideramos que es clave realizar intervenciones en los contextos familiares y sociales ya que muchos de los y las jóvenes nos indican que el uso del alcohol les facilita la socialización con otras personas y esto sirve de refuerzo para seguir consumiéndolo. Junto con las familias, las instituciones tienen un papel fundamental en la prevención del consumo de alcohol durante la adolescencia y la juventud. Entre otras actuaciones, se deben de realizar políticas de prevención e intervención a través de redes sociales como Instagram, por ser un espacio donde la mayoría de jóvenes pasan gran parte de su tiempo. Desde el Trabajo Social se puede potenciar la intervención a través de las tecnologías de la información y comunicación y las redes sociales en la prevención de uso y abuso de alcohol y otras drogas y en la mejora de programas y políticas (Delany et al., 2013). El tema constituye un ámbito relevante para el Trabajo Social ya que se plantea proponer estrategias preventivas que permitan trabajar con adolescentes y jóvenes la progresiva reducción del consumo abusivo de alcohol y el uso de las TIC (González-Arias et al., 2023).

Conclusiones

Este estudio analiza el papel de la familia y otros agentes sociales en relación con el consumo de alcohol y el uso de redes sociales en jóvenes. A la vista de los resultados obtenidos podemos concluir que existe una normalización de dicho consumo por parte de los y las jóvenes en el ámbito familiar. En muchas ocasiones, se inicia en compañía de los propios progenitores, de tal forma que el discurso familiar va dirigido exclusivamente a recomendar un uso responsable, sin entrar a cuestionar otras dimensiones problemáticas asociadas al mismo.

Por otro lado, la familia tiene un papel fundamental en la prevención del consumo de alcohol y otras drogas, así como del uso problemático de las redes sociales. Tal y como indicamos en este trabajo, no recibir por parte de los familiares información sobre tales temas genera en las y los jóvenes desconocimiento y un vacío de información. Además, como hemos podido observar, los agentes sociales están presentes, pero de forma insuficiente, con una ausencia particularmente significativa del Trabajo Social. En este sentido, es necesario que las y los trabajadores sociales cuenten con formación y competencias para ampliar su importante papel preventivo en este campo y que formen parte de los equipos multidisciplinares (a través de los procesos formativos, de acompañamientos, de mediación) en línea con las competencias profesionales reconocidas, todo ello tanto desde el ámbito de los servicios sociales como desde el ámbito sanitario y educativo.

Esta investigación no está exenta de limitaciones. Las personas participantes fueron seleccionadas mediante un muestreo por bola de nieve en algunas comunidades autónomas, lo que excluyó a jóvenes de otras regiones que podrían haber tenido experiencias distintas. Asimismo, la participación en función del género no fue equilibrada, ya que hubo una mayor representación de mujeres. Por otro lado, el análisis se centra en una única red social, Instagram, dejando fuera otras como WhatsApp o Tiktok, con diferentes funcionalidades que posibilitan otro tipo de interacciones entre las personas más jóvenes.

Las limitaciones identificadas ofrecen oportunidades para desarrollar futuras líneas de investigación. Por un lado, ampliar el perfil poblacional objeto de estudio en términos de distribución geográfica, género y edad permitiría identificar posibles diferencias en función de estas variables. En particular, sería interesante incluir a menores de entre 12 y 14 años, ya que esta es la franja de edad en la que suele iniciarse el consumo de

alcohol y el uso de teléfonos móviles inteligentes propios. Además, se debería considerar el análisis de otras redes sociales ampliamente utilizadas por jóvenes, como WhatsApp y TikTok. Por otro lado, los testimonios recogidos en este estudio apuntan al papel relevante que juegan las familias respecto a ambas conductas de riesgo, lo que sugiere ampliar la investigación a la socialización digital en el ámbito familiar.

Bibliografía

- Atkinson, A. M. y Sumnall, H. R. (2016). 'If I don't look good, it just doesn't go up': A qualitative study of young women's drinking cultures and practices on Social Network Sites. *International Journal of Drug Policy*, 38, 50-62. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2016.10.019>
- Barragán, A. B., Martos, A., Simón M., Pérez-Fuentes, M. C., Molero, M. M. y Gázquez, J. J. (2016). Consumo de tabaco y alcohol en adolescentes y relación con la familia. *European Journal of Child Development*, 4(1), 49-61. <https://doi.org/10.1989/ejpad.v4i1.34>
- Begun, A. L. y Clapp, J. D. (2016). Reducing and preventing alcohol misuse and its consequences: A Grand Challenge for social work. *International Journal of Alcohol and Drug Research*, 5(2), 73-83. <https://doi.org/10.7895/ijadr.v5i2.22>
- Bellis, M.A., Hughes, K., Jones, L., Morleo, M., Nicholls, J., McCoy, E., Webster, J. y Sumnall, H. (2015). Holidays, celebrations, and commiserations: measuring drinking during feasting and fasting to improve national and individual estimates of alcohol consumption. *BMC Medicine*, 13, 113. <https://doi.org/10.1186/s12916-015-0337-0>
- Bo, A., Zhang, L., Lu, W. y Ding-Geng. C. (2023). Moderating Effects of Positive Parenting on the Perceived Peer Alcohol Use and Adolescent Alcohol Use Relationship: Racial, Ethnic, and Gender Differences. *Child and Adolescent Social Work Journal*, 40, 345-360. <https://doi.org/10.1007/s10560-021-00780-x>
- Boyle, S.C., LaBrie, J.W., Froidevaux, N.M. y Witkovic, Y.D. (2016). Different digital paths to the keg? How exposure to peers' alcohol-related social media content influences drinking among male and female first-year college students. *Addictive Behaviors*, 57, 21-29. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.01.011>
- Carrotte, E. R., Prichard, I. y Lim, M. S. (2017). "Fitspiration" on Social Media: A Content Analysis of Gendered Images. *Journal of medical Internet research*, 19(3), e95. <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>
- De la Torre, M.J., Casanova, P.F., Villa, M. y Cerezo, M. (2013). Consistencia e inconsistencia parental: relaciones con la conducta agresiva y satisfacción vital de los adolescentes. *European Journal of Education and Psychology*, 6(2), 135-149. <https://doi.org/10.1989/ejep.v6i2.112>
- Delany, P. J., Sanville, J. y Shields, J. J. (2013). Alcohol and drug prevention among youth and youth adults. *Encyclopedia of Social Work*. 1-12. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199975839.013.517>
- Errasti, J. M., Al-Halabí, S., Secades, R., Fernández-Hermida, J. R., Carballo, J. L. y García-Rodríguez, O. (2009). Prevención familiar del consumo de drogas: el programa Familias que funcionan". *Psicothema*, 21(1), 45-50.
- EDADES. (2022). *Encuesta sobre alcohol y otras drogas en España*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- European Commission. (2013). *Responsible research and innovation: Europe's approach to the collaborative development of science and technology* (COM/2013/049). European Commission.
- ESTUDES. (2023). *Encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España (ESTUDES)*, 1994-2023. Madrid: Ministerio de Sanidad.
- Fernández-Rodríguez, M. A., Fontanil-Gómez, Y., Dema-Moreno, S., Quintero-Ordoñez, B. y González-López, I. (2021). Género y prevención de drogodependencias: Evaluación del programa escolar "Juego de Llaves". *Health and Addictions /Salud y Drogas*, 21(1), 245-258. <https://doi.org/10.21134/haaj.v21i1.581>
- Geusens, F. y Beullens, K. (2021). Self-reported versus actual alcohol-related communication on Instagram: Exploring the gap. *Health Communication*, 0(0), 1-11. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1973701>
- Glaser, B. G. y Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Hawthorne, N.Y.: Aldine de Gruyter.
- Gómez, A. y Calderón, D. (2022). *El ocio digital de la población adolescente*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Fundación FAD Juventud. <https://zenodo.org/records/7377069>
- González-Arias, R., Fernández-Rodríguez, M. A., López-Morales, J. y Ruíz-Repullo, C. (2023). La digitalidad como ámbito de intervención para el Trabajo Social. In F. J. Ródenas, J. Lacomba, J. V. Pérez-Cosín, E. Mut and J. Garcés (Eds.). *Trabajo Social en la sociedad contemporánea: ética, cuidado y digitalización* (pp. 643-659). Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-19471-50-5
- Hendriks, H., Gebhardt, W. A. y Van den Putte, B. (2017). Alcohol-related posts from young people on social networking sites: content and motivations. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 20, 428-435. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0647>
- Hendriks, H., Van den Putte, B., Gebhardt, W. A. y Moreno, M. A. (2018). Social Drinking on Social Media: Content Analysis of the Social Aspects of Alcohol-Related Posts on Facebook and Instagram. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e226. doi: 10.2196/jmir.9355
- Hutton, F. y Wright, S. (2015). 'You don't ditch your girls': young Māori and Pacific women and the culture of intoxication. *Critical Public Health*, 25(1), 101-119. <https://doi.org/10.1080/09581596.2014.946886>
- INE. (2023). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- Laws, R., Hunt, G. y Antin, T. M. (2018). Social media platforms as a photo-elicitation tool in research on alcohol intoxication and gender. *Nordic studies on alcohol and drugs*, 35(4), 288-303. <https://doi.org/10.1177/1455072518781998>

- Lema L.F., Varela M.T., Duarte C. y Bonilla M.V. (2011). Influencia familiar y social en el consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 29(3), 264-271.
- Litt, D.M., Lewis, M.A., Spiro, E.S., Aulck, L., Waldron, K.A., Head-Corliss, M.K. y Swanson, A. (2018). #drunkt-witter: Examining the relations between alcohol-related Twitter content and alcohol willingness and use among underage young adults. *Drug and Alcohol Dependence*, 193, 75-82. <https://doi.org/10.1016/j.drugdep.2018.08.021>
- López-Morales, J., Álvarez-Bernardo, G. y Romo-Avilés, N. (2021). Gender-based violence and alcohol consumption in youth leisure contexts: challenges for Spanish social work. *Affilia: Feminist Inquiry in Social Work*, 36(4), 647-665. <https://doi.org/10.1177/0886109920963018>
- Lyons, A. C., Goodwin, I., Griffin, C., McCreanor, T. y Moewaka Barnes, H. (2016). Facebook and the fun of drinking photos: Reproducing gendered regimes of power. *Social Media+ Society*, 2(4), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305116672888>
- Lyons, A., McCreanor, T., Goodwin, I. y Barnes, H. M. (2017). *Youth drinking cultures in a digital world. Alcohol, Social Media and Cultures of Intoxication*. Routledge.
- McCreanor, T., Barnes, H. M., Kaiwai, H., Borell, S. y Gregory, A. (2008). Creating intoxigenic environments: Marketing alcohol to young people in Aotearoa New Zealand. *Social Science & Medicine*, 67(6), 938-946. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.05.027>
- Mecca, M. (2018). *Descubriendo el ocio nocturno urbano. Primeras experiencias entre adolescentes en Barcelona*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Miller, J. W., Naimi, T. S., Brewer, R. D. y Jones, S. E. (2007). Binge drinking and associated health risk behaviors among high school students. *Pediatrics*, 119(1), 76-85. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-1517>
- Montivero, L. y Santillán, E. (2021). El consumo problemático de sustancias psicoactivas y la intervención de las y los trabajadores sociales. Una mirada desde la perspectiva del actor. *Margen: revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, 101, 1-12.
- Moreno M. A. y Whitehill, J. M. (2014). Influence of social media on alcohol use in adolescents and young adults. *Alcohol Research: Current Reviews*, 36(1), 91-100.
- Moreno, M. A., Cox, E. D., Young, H. N. y Haaland, W. (2015). Underage college students' alcohol displays on Facebook and real-time alcohol behaviors. *The Journal of Adolescent Health: Official Publication of the Society for Adolescent Medicine*, 56(6), 646-651. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2015.02.020>
- Navarro, E. I., Da Silva, E. C., Álvarez, J. y Guzmán, F. R. (2018). Uso de Facebook, estrés percibido y consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23(11), 3676-3681. <https://doi.org/10.1590/1413-812320182311.27132016>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2016). *Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE [Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)]*. Diario Oficial de la Unión Europea, L 119, 1-88.
- Patró-Hernández, R., Nieto, Y. y Limaña-Gras, R. (2020). The relationship between Gender Norms and Alcohol Consumption: A Systematic Review. *Adicciones*, 32(2), 145-157. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1195>
- Pérez-Fuentes, M. C., Molero, M., Gázquez, J. J., Simón, M., Martos, A., Barragán, A. B. y Mercader, I. (2020). Análisis de las redes sociales en el consumo de alcohol. *European Journal of Education and Psychology*, 13(2), 143-159. <https://doi.org/10.30552/ejep.v13i2.357>
- Romo Avilés, N., Tarriño-Concejero, L., López-Morales, J., Castilla-Vázquez, C., Sánchez-González, P., Tarragona-Camacho, A., García-Carpintero Muñoz, M. Ángeles., De Diego-Cordero, R., Ruíz-Repullo, C., Fernández-Rodríguez, M. A., González-Arias, R., Tarancón-Gómez, P. y Pavón-Benítez, L. (2023a). Pautas de consumo y efectos del alcohol en Instagram en tiempos de COVID-19. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 23(1), 315-332. <https://doi.org/10.21134/haaj.v23i1.760>
- Romo-Avilés, N., Pavón-Benítez, L. y Tarancón-Gómez, P. (2023b). "Keeping your composure": A digital ethnography of gendered alcohol norms on Instagram. (2023). *International journal of Drug Policy*, 113, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2022.103936>
- Russell, A. M., Vest, N. A. y Litt, D. M. (2022). Social networking site use and alcohol use behaviors among adolescents: A latent profile analysis. *Addictive Behaviors*, 129, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2022.107261>
- Savolainen, I., Oksanen, A., Kaakinen, M., Sirola, A., Miller, B. L., Paek, H. J. y Zych, I. (2020). The Association Between Social Media Use and Hazardous Alcohol Use Among Youths: A Four-Country Study. *Alcohol and alcoholism (Oxford, Oxfordshire)*, 55(1), 86-95. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agz088>
- Scott, R. A. y Barber, B. L. (2020). Drinking among friends: The role of personality in links between online exposure to peer drinking and adolescent alcohol use. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(4) Article 5. <https://doi.org/10.5817/CP2020-4-5>
- Secades, R., Fernández-Hermida, J.R. y Vallejo, G. (2005). Family risk factors for adolescent drug misuse in Spain. *Journal of Child and Adolescent Drug Abuse*, 14, 1-15. https://doi.org/10.1300/J029v14n03_01
- Tong, S.T., Van Der Heide, B., Langwell, L. y Walther, J. B. (2008). "Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook.". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 531-49. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00409.x>
- Westgate, E. C. y Holliday, J. (2016). Identity, influence, and intervention: The roles of social media in alcohol use. *Current Opinion in Psychology*, 9, 27-32. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.014>
- World Medical Association. (1964). *Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects*. World Medical Association.