

VI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología  
XXI Jornadas de Investigación Décimo Encuentro de Investigadores en  
Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos  
Aires, Buenos Aires, 2014.

## **¿Consumo problemático de alcohol en la adolescencia o estereotipo adolescente?.**

Schmidt, Vanina y Gimenez, Mariel.

Cita:

Schmidt, Vanina y Gimenez, Mariel (2014). *¿Consumo problemático de alcohol en la adolescencia o estereotipo adolescente?. VI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXI Jornadas de Investigación Décimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-035/283>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ecXM/xNg>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# ¿CONSUMO PROBLEMÁTICO DE ALCOHOL EN LA ADOLESCENCIA O ESTEREOTIPO ADOLESCENTE?

Schmidt, Vanina; Gimenez, Mariel

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas - UBACyT, Universidad de Buenos Aires

---

## RESUMEN

El presente trabajo pretende explicar uno de los motivos por los cuales desde el mundo adulto existe una imagen distorsionada respecto del consumo de alcohol en la adolescencia. El consumo excesivo es uno de los problemas de mayor prevalencia en esta etapa del ciclo vital. Sin embargo, la creencia generalizada del colectivo social acerca del adolescente como un sujeto "con problemas con la bebida" podría ser producto del estereotipo adolescente, sostenido tanto desde el mundo adulto como desde el mundo adolescente. Se define estereotipo como conjunto de creencias compartidas acerca de atributos personales que poseen los miembros de un grupo. Ya sea favorable o desfavorable, un estereotipo es una creencia exagerada que está asociada a una categoría. Se presentan resultados de estudios tanto nacionales como internacionales que apoyan la idea de la existencia de un sobredimensionamiento de la categoría "consumo problemático de alcohol" asociada a la adolescencia. Se define esta categoría como un patrón de consumo que causa problemas individuales o colectivos, de salud o sociales (muchas veces utilizado como sinónimo de alcoholismo, OMS, 2008). Se reflexiona sobre la inadecuación del estereotipo para describir a los/las adolescentes y las ventajas de ajustar nuestra visión acerca del mundo adolescente con el fin de abordar estratégicamente las problemáticas de este grupo etario.

## Palabras clave

Alcohol, Adolescencia, Estereotipo, Consumo

## ABSTRACT

### HARMFUL ALCOHOL USE AMONG ADOLESCENTS OR ADOLESCENT STEREOTYPE?

This paper aims to explain one of the reasons why there is a distorted image from adults regarding alcohol consumption in adolescence. Heavy drinking is one of the most prevalent problems in this stage of the life cycle. However, the widespread belief about the adolescent as a subject with a "drinking problem" might be the product of teenage stereotype, sustained from both the adult and the adolescent world. Stereotype is defined as a set of shared beliefs about personal attributes held by members of a group (Morales & Moya, 1996). Whether favorable or unfavorable, a stereotype is an exaggerated belief associated with a category (Allport, 1977). Results of national and international studies which support the idea of the existence of an over-sizing "harmful alcohol use" category associated with adolescence, are presented. This category is defined as a pattern of drinking that causes collective or individual problems, at health or social level (often used as a synonym for alcoholism, WHO, 2008). The stereotype inadequacy to describe the adolescent and the benefits of adjusting our vision of the adolescent is presented, in order to strategically address the problems of this age group.

## Key words

Alcohol, Adolescence, Stereotype, Consumption

## BIBLIOGRAFIA

- Allport, G. (1977). Estereotipos en nuestra cultura. In *La Naturaleza del Prejuicio* (pp. 213-230). Buenos Aires: Eudeba.
- Bargh, J. A. (2007). Social Psychological Approaches to Consciousness. In P. D. Zelazo, M. Moscovitch, & E. Thompson (Eds.), *The Cambridge Handbook of Consciousness* (pp. 555-569). New York: Cambridge University Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (4th ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido. Pensar despacio*. Barcelona: Debate.
- McCrae, R., Terracciano, A. & 79 Members of the Personality Profiles of Cultures. (2005). Personality Profiles of Cultures: Aggregate Personality Traits. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(3), 407-425.
- Ministerio de Salud de la Nación (2011) Lineamientos normativos para la atención integral de la población frente al consumo excesivo de alcohol y otras sustancias psicoactivas. Programa Nacional de Prevención y Lucha contra el Consumo Excesivo de Alcohol.
- Observatorio Argentino de Drogas (OAD, 2011). Encuesta Nacional sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas en estudiantes de Nivel Medio. Buenos Aires: SEDRONAR.
- Organización Mundial de la Salud (OMS, 2008). *Glosario de términos de alcohol y Drogas*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. & Elbert, E. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Bs. As.: FLACSO.
- Swann, W. J. & Ely, R. (1994). A Battle of Wills: Self-verification Versus Behavioral Confirmation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(6), 1287-1302.
- Swann, W. J., Rentfrow, P. & Guinn, J. (2003). Self-Verification: The Search for coherence. In M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *The Handbook of Self and Identity* (pp. 367-383). New York: The Guilford Press.
- Van De Vijver, F. & Matsumoto, D. (2011). Introduction to the Methodological Issues Associated With Cross-Cultural Research. In D. Matsumoto & F. Van De Vijver (Eds.), *Cross-Cultural Research Methods in Psychology*. New York: Cambridge University Press.