



USO Y ABUSO DE LAS REDES SOCIALES ONLINE Y SU RELACIÓN CON EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

Verónica Ortega Gámez¹, Maricruz Vidales Jara¹ y Luz Ma. Delgadillo Legaspi¹
¹ Universidad Autónoma de Zacatecas. veronica.ortega@uaz.edu.mx

Introducción: Vivimos en una era digital y las redes sociales online (RSO) forman parte importante de nuestras vidas y de cómo nos relacionamos con otros pero también poseen una serie de limitaciones como la adicción que puede desarrollarse respecto a ellas. Su uso en exceso pueden detonar algunas consecuencias como: dificultades de flexibilidad cognitiva, problemas para la toma de decisiones, aumento del nivel de angustia, conflictos para lograr concentrarse, entre otros. Este comportamiento al no ser controlado puede convertirse en una adicción que afecta diferentes aspectos de la vida cotidiana, como el interés por otras actividades, el rendimiento escolar, las relaciones con amigos y familiares, además de caer en el sedentarismo, aislamiento social o puede motivar al joven a consumir alcohol. La ingesta de alcohol o el uso de las tecnologías por parte de la mayoría de los jóvenes suelen producirse en un contexto de ocio y socialización, lo que provoca que se establezca una unión entre ellas. **Método:** El diseño de estudio fue transversal, descriptivo y correlacional. El objetivo fue identificar el uso y abuso de las redes sociales y su relación con el consumo de alcohol en estudiantes de Enfermería de una Universidad Pública en Zacatecas; con una muestra de 150 estudiantes resultado de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se utilizó el "Social Media Addiction Scale Student Form" (Sahin 2018), validada y adaptada al contexto mexicano y el Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (AUDIT). **Resultados:** La escala de adicción a las redes sociales mide el factor de problemas que son las consecuencias negativas que se producen en el entorno del sujeto derivado del exceso de tiempo dedicado a las redes sociales; el 9.15% están de acuerdo con presentar un problema; en el factor de satisfacción el 8.93% está de acuerdo que al estar conectado supera problemas de obsesión y pasa a un estado de gozo; en el factor de obsesión por estar informado el 21.43% están de acuerdo en sentir un malestar por pensar que pueden estar ocurriendo cosas en internet y el se las está perdiendo; por último el factor de necesidad por estar conectado el 21.49% esta de acuerdo en tener malestar cuando no esta conectando. En lo relacionado al consumo de alcohol un 76.56% presentaron un riesgo bajo de consumo, 18.75% un riesgo medio, 1.56% un riesgo alto y un 3.13% se encuentran en el rango de una posible adicción. Sumando a esto el 6.25% manifiesta que cuando esta activo en redes sociales prefiere hacerlo consumiendo alcohol y un 9.38% a veces realiza esta actividad y el 3.13% manifiesta que el no poder estar conectado a sus redes sociales le provoca el deseo de consumir alcohol. **Conclusiones:** Se encuentra relación en uso de las redes sociales y el consumo de alcohol. Indicadores preocupantes tanto en el consumo de alcohol como en la obsesión y necesidad de estar siempre conectados.