

II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2010.

Creencias adictivas sobre consumo de alcohol, en adolescencia inicial y media.

Luque, Leticia Elizabeth, Gonzalez Verheust, Maria Cristina y Gómez, Raúl Angel.

Cita:

Luque, Leticia Elizabeth, Gonzalez Verheust, Maria Cristina y Gómez, Raúl Angel (2010). *Creencias adictivas sobre consumo de alcohol, en adolescencia inicial y media. II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-031/272>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eWpa/Pmb>

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>.

BIBLIOGRAFIA

"Probability of HIV-1 transmission per coital act in monogamous, heterosexual, HIV-1-discordant couples in Rakai, Uganda", Ronald H Gray, Maria J Wawer, Ron Brookmeyer, Nelson K Sewankambo, David Serwadda, Fred Wabwire-Mangen, Tom Lutalo, Xianbin Li, Thomas vanCott, Thomas C Quinn, and the Rakai Project Team, THE LANCET, Volume 357: Pages 1149-1153, 14 April 2001.

ARIELY, D., Predictably Irrational, Estados Unidos, Harper Collins, 2008.

CANGUILHEM, G., Lo normal y lo patológico, Argentina, Siglo XXI Editores, 1983.

CENTER FOR DISEASE CONTROL AND PREVENTION (EEUU), "Datos estadísticos de mortalidad, 2006", en http://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr58/nvsr58_01.pdf

FREUD, S., "La vida sexual humana", en "Lecciones introductorias al psicoanálisis", Obras Completas, España, Biblioteca Nueva, 1981.

FREUD, S., "Los instintos y sus destinos", Obras Completas, España, Biblioteca Nueva, 1981.

LACAN, J., "De una cuestión preliminar a todo tratamiento posible de la psicosis", Escritos 2, Argentina, Siglo XXI Editores, 1991.

LACAN, J., "Función y campo de la palabra y del lenguaje en psicoanálisis", Escritos 1, Argentina, Siglo XXI Editores, 1991.

LACAN, J., "La instancia de la letra en el inconciente, o la razón desde Freud", Escritos 1, Argentina, Siglo XXI Editores, 1991.

MINISTERIO DE SALUD DE LA NACIÓN, "Estadísticas vitales, 2007", en <http://www.deis.gov.ar/Publicaciones/Archivos/Serie5Nro51.pdf>

MOERMAN, D., Meaning, Medicine, and the "Placebo Effect", Reino Unido, Cambridge University Press, 2002.

PAULOS, J. Allen, Innumeracy, Estados Unidos, Hill and Wang, 2001.

PREDA, A., AIDS, Rhetoric, and Medical Knowledge, Cambridge University Press, 2005.

SONTAG, S., El SIDA y sus metáforas, España, Taurus, 1996.

SONTAG, S., La enfermedad y sus metáforas, España, Taurus, 1996.

CREENCIAS ADICTIVAS SOBRE CONSUMO DE ALCOHOL, EN ADOLESCENCIA INICIAL Y MEDIA

Luque, Leticia Elizabeth; Gonzalez Verheust, Maria Cristina; Gómez, Raúl Angel

Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba. Argentina

RESUMEN

El objetivo fue describir creencias adictivas en adolescentes consumidores y no consumidores de alcohol, de 12-19 años, en localidades del interior de Córdoba. Se administró a 267 sujetos una escala adaptada por Bittar (et al, 2007), junto a un cuestionario sociodemográfico. Los sujetos se agruparon en no-consumidores, consumidores iniciales y consumidores habituales, y en adolescencia inicial y media. En base a estudio previo, se hipotetizó que las creencias anticipatorias predominarían en consumidores iniciales, mientras que en consumidores habituales predominarían las permisivas, sin importar la edad del sujeto. En la adolescencia inicial, los sujetos de menor edad son no-consumidores, mientras que aumenta significativamente el número de consumidores iniciales entre los adolescentes de 14-15 años. El consumo se torna habitual en mayores de 16 años. En la adolescencia inicial, los no-consumidores muestran predominantemente creencias anticipatorias, mientras que los consumidores iniciales y habituales (16%), se sostienen creencias permisivas. En la adolescencia media, no hay creencias predominantes entre los no-consumidores; hay creencias permisivas en consumidores iniciales y entre habituales, creencias anticipatorias. La edad es relevante en el sostenimiento de creencias y en la relación establecida con el alcohol. Factores sociales encubren las creencias adictivas.

Palabras clave

Creencias Alcohol Adolescencia Contexto

ABSTRACT

ADDICTIVE BELIEFS ON ALCOHOL CONSUMPTION IN EARLY AND MIDDLE ADOLESCENCE

The purpose was to describe beliefs in adolescents addictive users and nonusers of alcohol, aged 12-19, in the interior of Cordoba. In 267 subjects were administered a scale adapted by Bittar (et al, 2007), as well as sociodemographic questionnaire. The subjects were grouped into abstainers, consumers early and regular users, and in early and middle adolescence. Based on previous study, we hypothesized that anticipatory beliefs predominate in initial consumer, whereas in permissive predominate regular users, regardless of the age of the subject. In early adolescence, younger subjects were abstainers, while the initial number of consumers increases significantly among teenagers 14-15. Becomes habitual consumption in over 16 years. Early Adolescence, abstainers are primarily anticipatory beliefs, between initial and regular consumers (16%), permissive beliefs are held. In middle adolescence, there is no prevailing beliefs among the abstainers, consumers in initial beliefs is permissive and regular consumers, anticipatory beliefs. Age is important in sustaining beliefs and its relationship with alcohol. The social environment are relevant beliefs in covering up abuse.

Key words

Beliefs Alcohol Adolescents Context

INTRODUCCIÓN

El uso de bebidas alcohólicas es muy común en nuestra sociedad, es una práctica periódica en la cuál los chicos se inician desde muy jóvenes. En la actualidad los adolescentes, ya sin diferencias de género, toman alcohol fuera del ámbito familiar, especialmente cuando se reúnen con amigos, como ritual antes de salir a los boliches o cuando se juntan por diversos motivos en grupos de pares.

Siendo la adolescencia el momento en el que se intenta el desprendimiento afectivo de los padres, con ayuda del grupo de pares, los adolescentes - ya sea para no quedar como tontos frente al grupo, para desinhibirse, o porque les produce euforia, alegría, superación de la timidez, mejoría del estado de ánimo - suelen embarcarse en una conducta de consumición de alcohol de la cual es difícil desprenderse. En el comienzo puede ser sólo "una hazaña" pero luego alcoholizarse comienza a tener otro sentido; se va produciendo dependencia a la sustancia; sólo ven los efectos positivos que produce sin tener en cuenta los riesgos que conlleva. El atribuirle al consumo de alcohol expectativas de efectos positivos constituye un factor de riesgo actual y potencial para las poblaciones adolescentes.

Detrás de toda conducta adictiva existe un sistema de creencias que la sustentan. Según esto, el consumo de drogas estaría sustentado por un tipo de creencias específicas: las adictivas (Beck, Wrigth, Newman y Liese, 1999), que incluye tres tipos; a saber, las creencias anticipatorias (que predicen la satisfacción, el escape), las de alivio (se supone que la droga aliviará el malestar) y las permisivas (se minimizan las consecuencias adversas).

Si bien es difícil de precisar el momento en que el patrón cultural comienza a tener un tinte más laxo respecto de lo permitido y lo no permitido a nivel social en nuestro país, un estudio disponible (Sedronar, 2005) propone que la iniciación al consumo de alcohol se da a los 12 años. De esta manera se pone de relieve que el alcohol es una de las *drogas de moda*, socialmente aceptada y ampliamente difundida, que por su accesibilidad no es reconocida como tal por los adolescente; la sociedad en general parece no considerarla como una sustancia adictiva, afectándose así la coyuntura de valores que sostiene a la sociedad como institución reguladora de la conducta individual.

En consecuencia, los patrones actuales de consumo de alcohol son parte de una problemática social que incluye al adolescente como centro de impacto de la misma. Cada vez son más los jóvenes que consumen y son cada vez más jóvenes los consumidores; el acceso a las cantidades, graduaciones y variedades de bebidas alcohólicas a las que tienen alcance, es también mayor. En función de lo anterior, se consideró importante estudiar cuáles son las creencias más comunes que sustentan el consumo de alcohol, en adolescentes de 12 a 19 años de edad, de la provincia de Córdoba, ya que aquellas representan un marco explicativo de las razones del consumo, y sólo conociendo el mismo será posible proponer estrategias preventivas pertinentes.

OBJETIVO

Indagar y describir creencias adictivas en adolescentes consumidores y no consumidores de alcohol, de 12-19 años, en localidades del interior de Córdoba.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se buscó conocer las creencias adictivas que dan lugar al consumo de alcohol en un grupo de 267 adolescentes, cuyas edades variaron entre los 12 y los 19 años de edad, de ambos sexos, de dos escuelas con niveles socioeconómicos diferentes.

Se utilizaron un cuestionario sociodemográfico (que incluye algunas preguntas sobre consumo e ítems de la escala de Deseabilidad social), y la escala de creencias adictivas de Wrigth, adaptada para un estudio local por Bittar, Capellino y Ceballos (2007).

Los sujetos encuestados se dividieron en tres grupos, a saber: *no-consumidores* (no beben o lo hacen muy esporádicamente), *consumidores iniciales* (consumen alcohol en cantidades moderadas y podrían considerarse que efectúan un consumo socialmente aceptado), y *consumidores habituales* (aquellos que consumen con alta frecuencia y realizan ingestas concentradas).

RESULTADOS

Los datos muestran que entre los adolescentes iniciales, los de 12 y 13 años no consumen en un 93%, mientras que sí lo hacen (46%) los que tienen 14 y 15. Esto podría estar relacionado con que los más pequeños aun están controlados por sus padres en cuanto a consumos y salidas.

El consumo aumenta junto con la edad, de modo que los adolescentes medios de más edad (18-19 años) son consumidores habituales (78%). Esto parece tener relación con un comportamiento social adulto, en que el consumo de alcohol es considerado normal. El consumo adolescente está naturalizado; la conducta podría provenir de conductas de imitación del mundo adulto y favorecido por "la barra" de amigos. También se podría relacionar con las expectativas que posee el adolescente con respecto al uso de alcohol y el aprendizaje, como un proceso en el que, el adolescente, al consumir, obtiene un beneficio y "entiende" que lo necesita para llevar a cabo algo que espera; se relaciona el alcohol con la diversión.

El alcohol, al producir un efecto desinhibidor, reduciendo inhibiciones y provocando euforia y sociabilidad, podría funcionar como un soporte de la personalidad en construcción. De allí que pueden disfrutar más que el beber en sí, los efectos que produce, es decir que origina una compulsión a consumir para obtener beneficios secundarios - como la sociabilidad -, siempre en un contexto de interacción con el ambiente que permite conformar esquemas de consumo. Además, en esta etapa se va produciendo un desprendimiento emocional de las figuras paternas-adultas y el beber alcohol provee un medio para ello.

Aunque sólo cinco adolescentes de 12 años consumen, el dato indica que sí hay inicio temprano de consumo; el 60% de los adolescentes de 12-15 años expresan que han consumido alcohol. El 73.3% del grupo total consume alcohol, con distintas frecuencias según la edad.

Al margen de si se consume o no, o la edad del consumidor, los datos indican que la mayoría de los adolescentes no sostiene algún tipo de creencias adictivas específicas. Estas creencias forman parte de esquema cognitivos duraderos, que se van formando a través de la experiencias; se activan por medio de componentes ambientales, en sujetos que se caracterizan por ser poco tolerantes a la frustración y por tener dificultades en el control de los impulsos. En consecuencia, que no predomine ningún tipo de creencia puede resultar positivo, ya que remitiría a esquemas cognitivos flexibles y saludables; podríamos suponer que con estos adolescentes aun es posible cambiar la concepción errónea sobre el alcohol. Sin embargo, también es posible que existan factores socioculturales que lleven al encubrimiento de las creencias reales.

En el análisis de las variables *creencias adictivas* y *tipo de consumidor* asociadas, se determinó que los no-consumidores, al igual que los consumidores habituales, presentan más creencias anticipatorias, mientras que los consumidores iniciales presentan más creencias permisivas. En este sentido, se coincide con una investigación previa (Bittar, Capellino & Ceballos, 2007), respecto a que las creencias permisivas o facilitadoras están presentes, en mayor medida, en consumidores iniciales y, las creencias anticipatorias en consumidores habituales. Sin embargo, en dicha investigación, entre los sujetos no-consumidores predominaron las creencias permisivas y en el actual, las anticipatorias.

Cuando a lo anterior se suma la variable *edad*, aparecen algunas diferencias en relación a las creencias predominantes. Se puede señalar que: a) en la adolescencia inicial, los no-consumidores muestran mayor cantidad de creencias anticipatorias; los consumidores iniciales y habituales, creencias permisivas o facilitadoras; b) en la adolescencia media, los no-consumidores no presentan predominio de ninguna creencia adictiva, mientras que los consumidores iniciales presentan, en mayor proporción, para las creencias permisivas o facilitadoras y los consumidores habituales para las creencias anticipatorias.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El alto porcentaje de adolescentes que consumen, puede deberse a que la sociedad considera el consumo como algo normal, y por ende no se puede ver lo complejo y profundo del problema.

Así es que se señala al alcohol como "un problema" sin acompañar con propuesta de solución, y se permite el consumo apelando a la negación de sus efectos dañinos, ya que se lo considera normal más allá de problemas como la violencia a la salida de los boliches, los accidentes de tránsito, o el daño físico que produce la sustancia.

Una diferencia de edades explicaría que los no-consumidores en la adolescencia inicial presenten creencias anticipatorias y en la adolescencia media el mismo grupo no presente ninguna. El hecho de ser menores y tener menos conocimiento podría hacer que los primeros depositen en el alcohol ciertas expectativas sobre los posibles efectos del mismo, cosa que no harían los adolescentes medios cuando ya se posee más conocimiento y entrenamiento en las relaciones sociales. Los consumidores iniciales y habituales, en la adolescencia media, compartirían creencias permisivas, debido a un fenómeno de contagio, facilitado por el hecho de formar parte de los mismos grupos de amistades. Esto es posible en tanto estamos hablando de localidades donde el número de habitantes es reducido y la posibilidad de conocer a la mayoría de los sujetos de la misma franja etaria, es elevada. Además, han desarrollado un vínculo con el objeto alcohol y estas creencias le permiten conservar el consumo y minimizar la culpa por consumir. Lo mismo sucedería con los consumidores iniciales de la adolescencia media, al caratular la conducta "consumir" como aceptable; esto hace que se auto-otorgan el permiso de efectuarla. En cambio, en la misma etapa, los consumidores habituales presentan creencias anticipatorias, al relacionarlas con el alivio que produce conseguir algo deseado. Esto vuelve a relacionarse con las expectativas que generan confianza en el alcohol, como fin para optimizar la socialización.

Los adolescentes encuestados que son consumidores consumen con amigos; es decir, que lo hacen como medio de socialización y esperando la concreción de mejores relaciones sociales. El consumo de alcohol se relaciona también con la existencia de normas sociales laxas. La sociedad actual se caracteriza por su permisividad ante conductas que tiempo atrás no estaban bien vistas; entre ellas podemos señalar el consumo de alcohol sin diferencias de género, lo que representa un cambio generacional importante. Puede relacionarse con la fragmentación de la familia como modelo para el adolescente y como sostén de los roles tradicionales para cada género, que se han modificado debido a los requerimientos sociales, económicos y personales, contribuyendo a la modificación de las normas sociales. Dado que las localidades pequeñas aun conservan algunas normas sociales más estructuradas y tradicionalistas, se supuso que habría diferencias con estudios de ciudades grandes (como lo es Córdoba capital) en relación al consumo, y por ende, en las creencias; sin embargo, el consumo no es menor y los adolescentes no niegan que consumen ni ocultan cómo y dónde realizan esta conducta.

Se considera que los adolescentes que consumen, poseen expectativas respecto de los beneficios que esto les traerá. Estas expectativas se relacionan con creencias, que están en la base de todas las conductas, o sea que parten de creencias controladoras (Cortes, Espejo & Gimenez, 2008), cuya característica es ser irreflexivas y automáticas, y se activan a partir de componentes ambientales, que en conjunto con características personales, dan origen y sostienen conductas poco adaptativas, como lo es, en este caso, el consumo. Por este motivo se puede pensar que estamos en presencia de creencias conflictivas, que oponen el deseo de consumir (permisividad), con el control de la conducta. Es decir, que existen creencias de control (son aquellas que contrastan ideas disfuncionales) que pueden entrar en conflicto con la permisividad, dando como resultado que no predomine ningún tipo de creencias adictivas, incluidas las permisivas o facilitadoras, que justifican el consumo, y las anticipatorias, que se relacionan con las expectativas respecto de la sustancia, a pesar de que la mayoría de los sujetos consumen con amigos, es decir que se utiliza el alcohol como medio de socialización.

Las características ambientales son las que activan los sistemas de creencias respecto del alcohol, y por lo tanto también podrían encubrirlas. Esto es más factible cuando se estudia una localidad relativamente pequeña, donde hay mayor peso social sobre la conducta individual. Por lo tanto, en este grupo de sujetos existen creencias

o autoconceptos, que predisponen al consumo y que lo sostienen como algo aceptable (tal como lo demuestra el alto porcentaje de adolescentes consumidores) pero tales creencias podrían encontrarse encubiertas o distorsionadas por factores sociales.

El por qué hay sujetos que consumen y sujetos que no lo hacen dentro del mismo grupo, se explicaría en base a las diferencias en el uso de estrategias de afrontamiento. Las estrategias de afrontamiento corresponden a un esfuerzo tanto cognitivo, como emocional y social, para manejar demandas externas o internas, y no siempre dan un buen resultado. De esta forma, frente a una situación de tensión, como lo es ser aceptados socialmente, algunos sujetos consumen alcohol porque lo valoran positivamente, mientras que otros no lo hacen porque no lo consideran necesario.

Por todo lo expuesto, se proponen dos líneas de trabajo distintas, no contrarias entre sí. Por un lado, la necesidad de continuar estudiando las creencias adictivas, pero desde un modelo más amplio, como el de Ajzen (2001), que contempla las intenciones y las motivaciones para el consumo, asociadas a creencias sobre el consumo, creencias normativas y percepción del control conductual.

Por otro lado, las acciones preventivas deben modificarse; intervenir sobre la permisividad paterna actual (Cortes, Iglesias & Gimenez, 2007) es un punto clave en la implementación de acciones preventivas primarias y secundarias; de la misma forma, las intervenciones sobre el consumo pueden ser más acertadas si se construyen sobre casos individuales específicos y no generando planes y programas universales que finalmente no tienen el impacto esperado.

BIBLIOGRAFIA

- AJZEN, I. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52: 27-58.
- BECK, A; WRIGHT, F; NEWMAN, C & LIESE, B. (1999). *Terapia Cognitiva de las Drogasdependencia*. España: Paidós.
- BITTAR, C; CAPELLINO, M & CEBALLOS, M. (2007). *Creencias adictivas presentes en el inicio al consumo de alcohol*. Tesis de Licenciatura de la Facultad de Psicología. Universidad Nacional de Córdoba; Córdoba, Argentina.
- CORTÉS, M; ESPEJO, B & GIMENEZ, JA. (2007). Características que definen el fenómeno del botellón en universitarios y adolescentes. *Adicciones*, 19(4): 357-372.
- CORTÉS, M; ESPEJO, B & GIMENEZ, JA. (2008). Aspectos cognitivos relacionados con la práctica del botellón. *Psicothema*, 20(3): 396-402.
- SEDRONAR (2005). *Imaginario Social y prácticas de consumo de alcohol en adolescentes de escuelas de nivel medio*. Recuperado de: <http://www.observatorio.gov.ar/investigaciones/estudiocualitativoen.pdf>