

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.

Rasgos de personalidad y patrones de consumo de alcohol en jóvenes.

Poo, Fernando y Montes, Silvana.

Cita:

Poo, Fernando y Montes, Silvana (2010). *Rasgos de personalidad y patrones de consumo de alcohol en jóvenes. 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/000-031/279>

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

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>.

RASGOS DE PERSONALIDAD Y PATRONES DE CONSUMO DE ALCOHOL EN JÓVENES

Poo, Fernando; Montes, Silvana
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.
Argentina - Road Traffic Injury Research Network

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es analizar la relación entre rasgos de personalidad y patrones de consumo de alcohol en jóvenes. Se trabajó con una muestra de tipo intencional de $n=247$ participantes entre 18 y 29 años de edad de la ciudad de Mar del Plata. Los patrones de consumo de alcohol fueron evaluados por medio del método de cantidad-frecuencia junto con preguntas acerca de la elección de bebida y frecuencia graduada de consumo. Los rasgos de personalidad fueron evaluados mediante la versión en español del cuestionario ZKPQ-50-CC, que proporciona medidas para el modelo de los cinco alternativos de Zuckerman (Agresión/Hostilidad; Impulsividad/Búsqueda de Sensaciones, Ansiedad/Neuroticismo, Sociabilidad y Activación). Los datos fueron analizados mediante análisis de regresión logística binaria. Se estimaron los efectos de los factores de personalidad (predictores) sobre los patrones de consumo (variable dependiente). Los resultados indicaron que el rasgo búsqueda impulsiva de sensaciones se encontró asociado al consumo excesivo episódico y al consumo alto de bebidas alcohólicas. Por otro lado, el rasgo Sociabilidad, y bajos puntajes en el rasgo Ansiedad estuvieron asociados a un menor consumo de alcohol.

Palabras clave

Alcohol Jóvenes Personalidad

ABSTRACT

PERSONALITY TRAITS AND ALCOHOL DRINKING PATTERNS IN YOUNG PEOPLE

The aim of this paper is to analyze the relationship between personality traits and alcohol drinking patterns in young people. Participants were a non-probabilistic sample of 247 subjects between 18 and 29 years old, drawn from the general population of Mar del Plata. Alcohol drinking patterns were assessed by the quantity-frequency method and questions regarding beverages' choice and frequency of drinking. Personality traits (Aggression/Hostility, Impulsivity/Sensation Seeking, Anxiety/Neuroticism, Sociability and Activity) were evaluated by using the Spanish version of the ZKPQ-50-CC questionnaire, which assess the Zuckermans' Alternative Five model. The data were analyzed through binary logistic regression analysis. The effects of personality factors (predictors) on drinking patterns (dependent variable) were estimated. Results indicated that impulsive sensation seeking trait was the only associated with excessive drinking and episodic heavy consumption of alcoholic beverages. On the other hand, Sociability trait and low trait Anxiety scores were associated with lower alcohol consumption.

Key words

Alcohol Young people Personality

El consumo de alcohol en jóvenes es un problema de salud ampliamente reconocido. En las últimas décadas ha tenido un importante incremento junto con las consecuencias problemáticas derivadas de estas conductas. Por esta razón, se ha dedicado un importante esfuerzo por parte de los investigadores a analizar posibles factores que pueden explicar, o al menos estar asociados con este fenómeno. Entre las variables que han sido más investigadas se encuentran factores sociodemográficos, de personalidad y contextuales (ver p. ej., Kuntsche, Knibbe, Gmel & Engels, 2006).

Existen muchos estudios que han proporcionado evidencia respecto del rol de los rasgos de personalidad como factor disposicional para el consumo de alcohol en jóvenes. Entre los predictores más estables e importantes de consumo de alcohol en este segmento de la población se destacan los rasgos búsqueda de sensaciones y la impulsividad (Mc Adams & Donnellan, 2009; Magid, MacLean & Colder, 2007). La búsqueda de sensaciones se define como la búsqueda de experiencias y sensaciones intensas, nuevas, variadas y complejas, que predisponen a los individuos a involucrarse en situaciones que implican riesgo físico, social, legal o financiero (Zuckerman, 1994). La impulsividad, por su parte, se puede conceptualizar como falta de reflexión y planificación, toma de decisión y acción rápida, e imprudencia (Schalling, 1978; en Magid et al., 2007). Se han encontrado altas correlaciones entre ambas dimensiones, lo cual sugeriría que comparten una base común y predecirían el mismo tipo de conductas, especialmente las de riesgo (Zuckerman, 1994). En consecuencia, Zuckerman las combinó en un constructo único, el supra-rasgo búsqueda impulsiva de sensaciones (Zuckerman, 1996). No obstante, otros autores consideran más apropiado considerarlos como rasgos independientes (Magid et al., 2007). De cualquier manera, la búsqueda de sensaciones, y en especial la búsqueda impulsiva de sensaciones, tienen una relación evidente con la adopción de conductas de riesgo en diferentes esferas del comportamiento como el consumo de drogas ilícitas, la conducción riesgosa y el juego (Horvath & Zuckerman, 1993). Asimismo, existen diferencias importantes en estos rasgos según la edad y el sexo de los sujetos. Los resultados indican que son más pronunciados en hombres jóvenes, y que tienden a disminuir con la edad (ver p. ej., Chico-Librán, 2000).

También se ha evaluado la relación entre el consumo de alcohol y los rasgos de personalidad tal como son definidos por el modelo de los Cinco Grandes. Por ejemplo, el rasgo neuroticismo se encontró positivamente asociado a problemas relacionados con el alcohol (Ruiz, Pincus & Dickinson, 2003), y el rasgo responsabilidad inversamente asociado con el abuso de alcohol (Bogg & Roberts, 2004).

Por otro lado, el patrón o modo habitual de consumo de alcohol suele evaluarse por medio del método de cantidad y frecuencia (p. ej., Magid et al., 2007). Este método permite clasificar a los bebedores en grupos específicos, desde abstemios hasta consumidores episódicos y excesivos (*binge drinking*) (p. ej., Williams & Clark, 1998). No obstante, en el conocimiento de los autores, no existe un método de evaluación que sea aceptado unánimemente para medir patrones de consumo.

Si bien el estudio de los factores de personalidad que pueden predisponer al consumo de alcohol ha recibido bastante atención, la mayoría de las investigaciones se ha basado indistintamente en modelos completos de personalidad (p. ej., modelo de los Cinco Grandes), o en la selección de alguna o algunas de sus dimensiones para medir relaciones específicas. Esta forma de proceder genera dificultades a la hora de determinar la interacción entre los distintos factores. Más importante aún es que no parece haber acuerdos en cuanto a los criterios a utilizar para el estudio de las relaciones existentes entre rasgos de personalidad y patrones de consumo de alcohol. Como consecuencia, se obstaculiza la evaluación y la posterior comparación de los estudios.

El objetivo principal de este trabajo es analizar la relación entre rasgos de personalidad y patrones de consumo de alcohol en jóvenes. Partimos de los siguientes supuestos: (a) de acuerdo con lo observado en la literatura, se espera que los rasgos búsqueda impulsiva de sensaciones y agresión se encuentren relacionados con el consumo elevado y con el consumo excesivo-episódico de alcohol, (b) se espera que menores puntajes en la escala ansiedad se asocien a una menor propensión a desarrollar un patrón de consumo de alcohol elevado o excesivo, (c) es esperable que las características adaptativas del rasgo activación propicien su asociación con los patrones de consumo de alcohol más ajustados.

MÉTODO

Participantes. Se trabajó con una muestra de tipo intencional de $n = 247$ obtenida de la población general de la ciudad de Mar del Plata. Los criterios de inclusión fueron: (a) tener entre 18 y 29

años de edad, (b) tener instrucción básica en lecto-escritura, y (c) brindar consentimiento informado. Del número total de participantes el 59 % fueron hombres. La gran mayoría de los participantes habían completado el nivel primario de educación (98 %) al momento de la recolección de datos. La media de edad fue de 23,83 (D.S. = 3,05).

Variables y medidas. Los patrones de consumo de alcohol fueron evaluados por medio del método de cantidad-frecuencia junto con preguntas acerca de la elección de bebida. Además se realizaron dos preguntas sobre frecuencia graduada de consumo que indagaban la frecuencia con la que se consumían más de cinco tragos pero menos de once por ocasión, y más de doce tragos por ocasión. Para facilitar la comprensión del concepto *trago* como unidad de medida (definida como una bebida alcohólica que contiene aproximadamente entre 10 o 12 gr. de alcohol) se incluyó en el cuestionario una tabla con equivalencias para los tipos usuales de bebida según tamaños. Fue indagado el consumo de los últimos 12 meses.

Las preguntas sobre cantidad y frecuencia, y sobre frecuencia graduada se codificaron para crear cuatro patrones de consumo de alcohol. Se consideró consumo elevado a la ingesta promedio de 3 o más tragos al menos 4 días a la semana durante los últimos 12 meses. Consumo excesivo episódico fue definido como el consumo de más de 5 tragos por ocasión, sin importar la frecuencia. Como resultado se obtuvieron los patrones consumo moderado o bajo, consumo alto, consumo episódico excesivo y consumo episódico no excesivo.

Los rasgos de personalidad fueron estudiados por medio de la versión española del cuestionario ZKPQ-50-CC (Aluja, Rossier, García, Angleitner, Kuhlman & Zuckerman, 2006). Este instrumento permite evaluar dimensiones de personalidad normal de acuerdo con el modelo de los Cinco Alternativos. El ZKPQ-50-CC está formado por 50 ítems en formato binario (verdadero-falso) que luego se combinan en escalas para evaluar las cinco dimensiones del modelo. Las escalas son: *Agresión-hostilidad; Impulsividad-búsqueda de sensaciones; Neuroticismo-ansiedad; Sociabilidad y Activación.*

Además, se utilizó un cuestionario autoadministrado para indagar variables sociodemográficas (género, edad y nivel educacional).

Procedimiento. Los sujetos fueron invitados personalmente y de modo casual a participar del estudio en forma voluntaria, garantizando el anonimato y la confidencialidad en la administración de los instrumentos y en el tratamiento de los datos. Luego de obtener consentimiento verbal, se aplicaron los instrumentos de forma auto-administrada. El evaluador estuvo presente en el momento de la administración. Los datos fueron gestionados y analizados con SPSS (v.11.5). Para evaluar la asociación entre patrones de consumo de alcohol y rasgos de personalidad, se realizaron dos regresiones logísticas. Los patrones de consumo de alcohol fueron la variable dependiente en cada una de las regresiones (e.g., *heavy drinking, binge drinking*). Los rasgos de personalidad fueron tratados como variables predictoras. Se controló el efecto del género. Para estos análisis, los rasgos de personalidad fueron tratados como variables dicotómicas.

RESULTADOS

Los resultados controlando por sexo indican la existencia de distintas relaciones entre rasgos y patrones de consumo. Por un lado, sólo el rasgo búsqueda impulsiva de sensaciones estuvo asociado con el patrón de consumo excesivo [OR=2,53 (95% CI: 1,05-2,07), $p < 0,05$]. En cuanto al patrón de consumo elevado se hallaron asociaciones para el rasgo ansiedad [OR=0,47 (95% CI: 0,25-0,82), $p < 0,05$], para el rasgo activación [OR=0,39 (95% CI: 0,21-0,75), $p < 0,01$] y para el rasgo búsqueda impulsiva de sensaciones [OR=3,07 (95% CI: 1,6-5,8), $p < 0,01$].

DISCUSIÓN

Los resultados de este trabajo indican que el rasgo búsqueda impulsiva de sensaciones fue el único asociado al consumo excesivo episódico y al consumo elevado de bebidas alcohólicas, lo cual indicaría que la presencia de este rasgo aumentaría el riesgo de desarrollar patrones de consumo de alcohol poco saludables. Este resultado es consistente con la hipótesis propuesta y está en

línea con estudios previos que muestran que la impulsividad y la búsqueda de sensaciones constituyen los factores predictores más importantes para esta clase de consumo (Magid et al., 2007; Mc Adams & Donnellan, 2009).

Por otra parte, es posible sostener que menores puntajes en el rasgo ansiedad disminuyen la probabilidad de consumir alcohol de manera excesiva o elevada. Esto se comprende debido a que el principal aspecto de esta dimensión de personalidad es la frecuencia con la que sienten estados afectivos de connotación negativa incluidos sentimientos de ansiedad, depresión y hostilidad. Este resultado también es coherente con hallazgos previos y con las hipótesis propuestas (Kashdan, Vetter & Collins, 2005). En cuanto al rasgo activación, menores puntajes en este rasgo podrían incidir en menores probabilidades de mostrar patrones de consumo de alcohol poco ajustados.

Los resultados obtenidos son relevantes para la identificación de subgrupos específicos de riesgo, así como también para el diseño de intervenciones específicas con finalidades preventivas o de tratamiento.

Para finalizar es necesario mencionar que el uso de técnicas de auto-informe para la recolección de datos, tal como se ha hecho en este trabajo, constituye una limitación en términos de la validez de los resultados. Los auto-informes pueden estar influidos por sesgos de respuesta como el sesgo de deseabilidad social que afectan la veracidad de los datos obtenidos. Por lo tanto, resulta conveniente implementar medios adicionales que permitan incrementar la validez de los resultados mediante el control de posibles fuentes de invalidación.

BIBLIOGRAFIA

- ALUJA, A., ROSSIER, J., GARCÍA, L.F., ANGLEITNER, A., KUHLMAN, M., & ZUCKERMAN, M. (2006). A cross-cultural shortened form of the ZKPQ (ZKPQ-50-CC) adapted to English, French, German, and Spanish languages. *Personality and Individual Differences*, 41, 619-628.
- BOGG, T., & ROBERTS, B. W. (2004). Conscientiousness and health-related behaviors: A meta-analysis of the leading behavioral contributors to mortality. *Psychological Bulletin*, 130, 887-919.
- CHICO-LIBRÁN, E. (2000). Búsqueda de sensaciones. *Psicothema*, 12, 229-235.
- HORVATH, P. & ZUCKERMAN, M. (1996). Búsqueda de sensaciones, valoración y conducta de riesgo. *Revista de toxicomanías*, 9, 26-38.
- KASHDAN, T. B., VETTER, C. J., & COLLINS, R. L. (2005). Substance use in young adults: associations with personality and gender. *Addictive Behaviors*, 30, 259-269.
- KUNTSCHE, E., KNIBBE, R. A., GMEL, G., & ENGELS, R. C. M. E. (2006d). Who drinks and why? A review of sociodemographic, personality, and contextual issues behind the drinking motives in young people. *Addictive Behaviors*, 31, 1844-1857.
- MAGID V., MACLEAN M.G., COLDER C.R. (2007). Differentiating between sensation seeking and impulsivity through their mediated relations with alcohol use and problems. *Addictive Behaviors*, 32, 2046-61.
- MCADAMS, K. K., & DONNELLAN, B. M. (2009). Facets of personality and drinking in first-year college students. *Personality and Individual Differences*, 46, 207-212
- RUIZ, M. A., PINCUS, A. L., & DICKINSON, K. A. (2003). NEO PI-R predictors of alcohol use and alcohol related problems. *Journal of Personality Assessment*, 81, 226-236.
- SKEEL, R., NEUDECKER, J., PILARSKI, C., & PYTLAK, K. (2007). The utility of personality variables and behaviorally-based measures in the prediction of risk-taking behavior. *Personality and Individual Differences*, 43, 203-214.
- WILLIAMS, A. & CLARK, D. (1998). Alcohol consumption in university students: the role of reasons for drinking, coping strategies, expectancies, and personality traits. *Addictive Behaviors*, 23, 371-378.
- ZUCKERMAN, M. (1994). Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking. New York: Cambridge University Press.
- ZUCKERMAN, M. (1996). The psychological model for impulsive unsocialized sensation seeking: A comparative approach. *Neuropsychobiology*, 34, 125-129.