



ELSEVIER

SUMA PSICOLÓGICA

www.elsevier.es/sumapsicol


Modelo de predisposición adquirida para el uso de alcohol en adolescentes argentinos

Gabriela Rivarola Montejano^a, Angelina Pilatti^{a,*}, Juan Carlos Godoy^a,
Silvina Alejandra Brussino^a y Ricardo Marcos Pautassi^b

^a Grupo Vinculado, Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS), CONICET, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina

^b Instituto de Investigación Médica M. y M. Ferreyra (INIMEC-CONICET-Universidad Nacional de Córdoba), Córdoba, Argentina

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 28 de enero de 2016

Aceptado el 16 de marzo de 2016

On-line el xxx

Palabras clave:

Consumo de alcohol

Adolescentes

Modelo de predisposición adquirida

Impulsividad

Expectativas hacia el alcohol

Normas sociales

R E S U M E N

Se analizó, en una muestra de adolescentes argentinos, el modelo de predisposición adquirida. El modelo propone que el rasgo desinhibición influye de manera indirecta, a través de variables cognitivas, sobre el consumo de alcohol. La exposición a modelos de consumo del grupo de pares influye directa e indirectamente (mediante las expectativas hacia el alcohol) sobre el uso de alcohol. Participaron 343 adolescentes asistentes a colegios públicos de educación media de la ciudad de Córdoba (Argentina). Se midió impulsividad, expectativas hacia el alcohol, motivos de consumo de alcohol, normas sociales de consumo y consumo de alcohol de los adolescentes. Para determinar el efecto de las variables señaladas como antecedentes del consumo se aplicó un análisis de senderos. Se propusieron dos modelos teóricos que diferían en la inclusión, o no, de las normas sociales del consumo de alcohol. Los resultados apoyan el modelo de predisposición adquirida e indican que el efecto de impulsividad sobre el consumo de alcohol es indirecto mediado por las expectativas hacia el alcohol. Aunque ambos modelos presentan adecuado ajuste a los datos, el modelo que incorpora el efecto de las normas sociales de consumo presenta un ajuste excelente. Los resultados de este trabajo, el primero de nuestro medio en evaluar el modelo de predisposición adquirida sobre el consumo de alcohol, destacan la utilidad de diagramar esfuerzos preventivos focalizados en el control de los impulsos, en las expectativas positivas hacia el alcohol y en la reducción de la percepción del consumo de los pares.

© 2016 Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo Open Access bajo la CC BY-NC-ND licencia (<http://creativecommons.org/licencias/by-nc-nd/4.0/>).

The acquired preparedness model for alcohol use in Argentinian adolescents

A B S T R A C T

The acquired preparedness model was examined in a sample of Argentinian adolescents. This model suggests that disinhibition has an indirect effect, through cognitive variables,

Keywords:

Alcohol

Adolescents

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: angepilatti@gmail.com (A. Pilatti).

<http://dx.doi.org/10.1016/j.sumpsi.2016.03.002>

0121-4381/© 2016 Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo Open Access bajo la CC BY-NC-ND licencia (<http://creativecommons.org/licencias/by-nc-nd/4.0/>).

Acquired preparedness model
Impulsivity
Alcohol expectancies
Social norms

on alcohol consumption. A sample of 343 adolescents from the city of Cordoba (Argentina) from public secondary education schools took part in the study. Standardised measurements were used to assess impulsivity, alcohol expectancies, social norms of alcohol drinking, and drinking patterns. A path analysis was conducted to determine the effect of these variables on quantity of alcohol consumption. Two theoretical models, that differed in the inclusion — or not — of social norms of alcohol drinking, were evaluated. The results, according to the acquired preparedness model, indicate that impulsivity influences alcohol consumption through alcohol expectancies. The model that incorporates the effect of social norms of alcohol drinking showed an excellent fit to the data. This study — the first in Argentina that evaluates this model — emphasises the usefulness of addressing impulse control and alcohol expectancies when developing interventions aimed at reducing alcohol consumption.

© 2016 Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

El uso y abuso de alcohol durante la adolescencia es una problemática en salud pública a nivel mundial (WHO, 2010). El 88.7% de los adolescentes argentinos del último año del nivel medio tomó alcohol alguna vez en la vida y el 50% ($n = 1116000$) en el último mes (SEDRONAR, 2014). Datos de esa encuesta muestran que el 63.4% de los adolescentes consumen alcohol de manera intensiva (5 vasos o más de bebidas alcohólicas por episodio de consumo). Numerosos trabajos (p. ej., Reboussin, Ip & Wolfson, 2008) indican que el consumo intensivo de alcohol es mayor en adolescentes que en adultos, y que resulta en mayor prevalencia de consecuencias negativas como el consumo de otras sustancias, conductas sexuales riesgosas y uso de otras sustancias, entre otras (Isorna Folgar, Fariña Rivera, Sierra & Vallejo-Medina, 2015; Pilatti, Read & Caneto, 2016).

La vulnerabilidad de un adolescente a presentar problemas con el alcohol se eleva si uno o varios factores de riesgo (elevada impulsividad, expectativas positivas hacia el alcohol, alto consumo de alcohol del grupo de pares) están presentes. El análisis del rol de estos factores, individual o simultáneo, permitirá avanzar en la comprensión de por qué algunas personas presentan modalidades riesgosas de consumo de alcohol (Rose et al., 2010), particularmente cuando se los combina en el marco de modelos teóricos.

Un perfil de personalidad extrovertida, desinhibida, que busca constantemente experiencias nuevas y emocionantes y que presenta dificultades en el control de impulsos tiene mayor probabilidad de iniciar (Hampson, Tildesley, Andrews, Luyckx & Mroczek, 2010) y aumentar el consumo de alcohol (George, Connor, Gullo & Young, 2010; McAdams & Donnellan, 2009). Las expectativas hacia el alcohol, definidas como las creencias acerca de los efectos del alcohol sobre el comportamiento, el estado de ánimo y las emociones (Goldman, Brown, Christiansen & Smith, 1991), pueden también reducir o aumentar el consumo. La decisión de consumir alcohol estaría guiada, en parte, por la creencia de que el alcohol resultará en consecuencias deseables (Ardila & Herran, 2008), mientras que la anticipación de efectos negativos (p. ej., expectativas negativas) se asocia con la decisión de evitar o retrasar el consumo o de detenerlo una vez iniciado (Dijkstra, Sweeney & Gebhardt, 2001). El modelo de predisposición adquirida (MPA, Smith & Anderson, 2001) postula que los rasgos de personalidad son un antecedente distal del consumo de alcohol que

influye indirectamente, a través del aprendizaje de los efectos del alcohol, sobre el consumo. Es decir, el modelo explica el riesgo de consumir alcohol, y en mayor cantidad, mediante un proceso que parte de la personalidad y avanza sobre procesos cognitivos de aprendizaje. Esta sinergia entre personalidad y contexto explica por qué algunos adolescentes expuestos a similares contextos son más proclives que otros a presentar un consumo elevado de alcohol. Puntualmente, se plantea que los adolescentes caracterizados por una personalidad desinhibida e impulsiva son más proclives a aprender los efectos positivos del alcohol que los efectos negativos, y así forman expectativas acerca de los efectos del alcohol que, posteriormente, influyen sobre el consumo (Corbin et al., 2015; Smith & Anderson, 2001). Incluyendo también el efecto de las expectativas negativas, se encontró que solo las expectativas positivas mediaron la relación entre impulsividad y consumo de alcohol (Fu, Ko, Wu, Cherg & Cheng, 2007).

Es importante mencionar que anticipar determinados efectos del alcohol no necesariamente implica que la persona tomará alcohol para obtener eso que anticipa (Diep, Kuntsche, Schelleman-Offermans, de Vries & Knibbe, 2016). Tener un motivo particular, sin embargo, es un requisito indispensable en la decisión de tomar alcohol (Diep et al., 2016). La decisión de tomar alcohol está determinada por una diversidad de factores tanto no específicos (distales) como específicos. Los motivos son el antecedente más cercano del consumo y, en la cadena de antecedentes, son el último eslabón y actúan como mediadores de antecedentes más distales como la personalidad (Mezquita et al., 2011) o las expectativas hacia el alcohol (Urbán, Kökönyei & Demetrovics, 2008). En otras palabras, eslabones anteriores de esta cadena de influencias afectan el consumo indirectamente, a través de su efecto sobre los motivos de consumo de alcohol.

Urbán et al. (2008) evaluaron un modelo que suma el papel de las expectativas negativas (Fu et al., 2007) y el de los motivos del consumo de alcohol al MPA (Smith & Anderson, 2001). En consonancia con este, encontraron un efecto indirecto, mediado por las expectativas positivas hacia el alcohol, por los motivos de consumo y de búsqueda de sensaciones sobre el uso de alcohol. A diferencia del MPA, observaron un efecto positivo y directo entre búsqueda de sensaciones y consumo de alcohol. El efecto de las expectativas negativas, aunque

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/7255097>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/7255097>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)