

Búsqueda de sensaciones y consumo de alcohol: El papel mediador de la percepción de riesgos y beneficios

Beatriz González-Iglesias^{1*}, José-Antonio Gómez-Fraguela¹, María-Eugenia Gras² y Montserrat Planes²

¹ Departamento de Psicología Clínica y Psicobiología, Universidad de Santiago de Compostela

² Instituto de Investigación sobre Calidad de vida, Universidad de Girona

Resumen: La búsqueda de sensaciones es una de las variables de personalidad más estrechamente ligadas con la adopción de distintas conductas de riesgo, especialmente el consumo de alcohol y otras drogas. Además, la búsqueda de sensaciones influye en la valoración que los individuos realizan sobre los riesgos y sus posibles consecuencias. El objetivo de este estudio es analizar la relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol en una muestra de 356 jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años. Además, hemos querido explorar el posible efecto mediador de las percepciones sesgadas de los individuos sobre los posibles riesgos y beneficios asociados al alcohol en la relación entre la personalidad y el consumo de alcohol. Los resultados obtenidos confirman la importancia de la búsqueda de sensaciones en la explicación del consumo de alcohol de los jóvenes y el papel mediador de las percepciones de riesgos y beneficios en la explicación de dicha relación. En la discusión del trabajo se analizan sus importantes implicaciones prácticas a la hora de diseñar intervenciones específicas dirigidas a prevenir los riesgos asociados al consumo de alcohol en jóvenes.

Palabras clave: Búsqueda de sensaciones; consumo de alcohol; percepción de riesgos; motivos para beber alcohol.

Title: Sensation seeking and alcohol use: The mediating role of perceived risks and benefits.

Abstract: Sensation seeking is one of personality variables more closely linked to the adoption of different risk behaviors, especially the use of alcohol and other drugs. In addition, sensation seeking influences valuation made by individuals about the risks and their possible consequences. The objective of this study is to analyze the relationship between sensation seeking and the consumption of alcohol in a sample of 356 young people aged between 18 and 25 years. In addition, we wanted to explore the possible effect mediator of biased perceptions of individuals about the potential risks and benefits associated with alcohol in the relationship between the personality and alcohol consumption. The results confirm the importance of sensation seeking in the explanation of the consumption of alcohol among young people and the mediating role of perceptions of risks and benefits in the explanation of the relationship. In the discussion of the work discussed their important practical implications when designing specific interventions aimed at preventing the risks associated with the consumption of alcohol in young people.

Key words: Sensation seeking; alcohol use; risk perception; drinking motives.

Introducción

Tanto las Encuestas Domiciliarias sobre Consumo de Drogas (EDADES) en población de 15 a 64 años, como las Encuestas Estatales sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias (ESTUDES) realizadas en población de 14 a 18 años señalan que el alcohol es la sustancia psicoactiva de la que más se abusa en nuestro país. Estos datos son coherentes con la realidad cultural española, donde las prevalencias de consumo de alcohol son elevadas y existen normas muy permisivas sobre su uso (Grant y Litvak, 1998). La prevalencia mensual de consumo de alcohol en el grupo de edad comprendido entre los 25 y los 34 años es superior al 60%, observándose en esta franja de edad un alto porcentaje de casos con patrones de consumo problemáticos (Gómez-Fraguela, Fernández, Romero y Luengo, 2008; Observatorio Español de la Droga y las Toxicomanías, 2011). En la encuesta de 2009 en torno a un 30% de los jóvenes varones (15-34 años) habían tenido algún episodio de *atracción* de alcohol (*i.e.*, consumo de seis o más bebidas alcohólicas en una misma ocasión) en el último año y el 44% se habían emborrachado (en torno al 15% y el 26% respectivamente para las mujeres de la misma edad). El exceso en el consumo de alcohol se ha considerado como una conducta típica de la adultez emergente (y en la mayoría de los casos transitoria),

desapareciendo estos patrones de consumo cuando los jóvenes asumen roles típicos de la edad adulta (Arnett, 2005; Martinic y Measham, 2008). Pero esto no resta importancia a la relevancia de esos consumos y a los riesgos asociados a los mismos.

De acuerdo con las predicciones de algunos modelos de conductas de salud como el modelo de creencias de salud de Janz y Becker (1984), la teoría de la acción razonada de Fishbein y Ajzen (1975) o la teoría de la conducta planificada de Ajzen (1991), existe una relación negativa entre la percepción de riesgos y la conducta arriesgada (Gil-Lacruz y Gil-Lacruz, 2010; Kelly, Darke y Ross, 2004; López-Larrosa y Rodríguez-Arias, 2010; Machin y Plint, 2010; Rolison y Scherman, 2002; Siegel et al., 1994). Esto significa que las personas que perciben más riesgos en una conducta se ven más disuadidas de llevarla a cabo; del mismo modo, las personas que perciben pocos riesgos en una conducta se ven más motivadas para implicarse en ella. Este patrón mostraría la percepción de riesgos como una variable protectora de la salud (Mills, Reyna y Estrada, 2008).

Sin embargo, los resultados de la investigación han arrojado conclusiones contradictorias y sugieren que la relación entre la percepción de riesgo y la conducta arriesgada no es tan clara y sencilla como podría parecer en un primer momento. En este sentido, Horvath y Zuckerman (1993) han constatado que no siempre una conducta arriesgada se lleva a cabo como consecuencia de no percibir adecuadamente los peligros que entraña sino que, en ocasiones, la evaluación es posterior a la conducta.

*** Dirección para correspondencia [Correspondence address]:**

Beatriz González Iglesias. Departamento de Psicología Clínica y Psicobiología. Facultad de Psicología. Universidad de Santiago de Compostela. Campus Vida s/n. 15782 -Santiago de Compostela, A Coruña (España).
E-mail: beatriz.gonzalez.iglesias@gmail.com

También se ha observado que a medida que aumenta la experiencia (real o vicaria) con la conducta, disminuye la percepción de riesgo y que no experimentar consecuencias negativas asociadas a la conducta arriesgada puede hacer que cambien los juicios de los individuos sobre la peligrosidad real de dicha conducta. Así, se ha observado que los adolescentes que nunca o rara vez sufren consecuencias negativas asociadas a la conducta arriesgada tienden a ajustar sus estimaciones de riesgo *a la baja*. Esto es especialmente cierto en aquellas conductas que son “estadísticamente raras o poco frecuentes” como la infección por VIH (Reyna y Farley, 2006).

En general, cuando los individuos se encuentran ante una situación novedosa la evaluación de los riesgos que la acompañan precede a la realización de cualquier conducta, pero, una vez que ya la han experimentado (personalmente o a través de otros), será su propensión o aversión al riesgo (*i.e.*, búsqueda de sensaciones) la que determinará cómo van a interpretar dicha experiencia (Rosembloom, 2003). Así, la ausencia de consecuencias negativas se traducirá en una menor percepción de riesgos y, en consecuencia, aumentará la probabilidad de que la conducta se repita.

En el estudio de la percepción de riesgos la búsqueda de sensaciones ha sido la característica individual que ha recibido mayor atención. Con todo, los resultados también han sido inconsistentes. Algunos autores no han hallado ninguna relación entre esta variable y la percepción de riesgos (véase, por ejemplo, Breakwell, 2007) y otros, en cambio, han observado que la relación entre la búsqueda de sensaciones y la conducta arriesgada está mediada por la percepción de riesgos (Jonah, 1997; Rundmo e Iversen, 2004). Es decir, las personas que puntúan alto en búsqueda de sensaciones perciben menos riesgos y se ven involucrados en más conductas arriesgadas (Arnett, 1990; Horvath y Zuckerman, 1993). Los bajos buscadores de sensaciones, por su parte, evalúan mejor los riesgos y llevan a cabo menos conductas arriesgadas (Rosembloom, 2003).

El constructo percepción de beneficios ocupa un papel destacado dentro de la literatura relativa a la toma de decisiones (*i.e.*, balance costes-beneficios). Dentro de los modelos de creencias de salud se asume que las personas están más dispuestas a asumir riesgos si consideran que pueden obtener resultados positivos (*i.e.*, beneficios). Del mismo modo, es más probable que eviten situaciones arriesgadas si creen que pueden sufrir pérdidas importantes (Millstein y Halpern-Felsher, 2002).

Diversos autores (Goldberg, Halpern-Felsher y Millstein, 2002; Reyna y Farley, 2006; Siegel et al., 1994) señalan que la percepción de beneficios, en ocasiones, es mejor predictor de la conducta arriesgada que la percepción de riesgos. Así, en un estudio con 187 estudiantes de Psicología, Parsons, Siegel y Cousins (1997) observaron que la percepción de beneficios predecía mejor la implicación de los jóvenes en tres conductas arriesgadas: consumo de alcohol, consumo de drogas ilegales y conductas imprudentes.

La percepción de beneficios constituye un importante predictor del consumo de alcohol (Hampson, Severson, Burns, Slovic y Fisher, 2001) y algunos estudios han constatado que a medida que aumentan la edad y la experiencia, los adolescentes perciben más beneficios asociados al consumo de alcohol y menos riesgos derivados de esta conducta (Millstein y Halpern-Felsher, 2002).

Una posible explicación del importante papel que la percepción de beneficios juega en la explicación del consumo de alcohol es que la mayoría de las personas que beben han experimentado consecuencias positivas relacionadas con el consumo, las cuales utilizan para elaborar sus juicios perceptivos. Esto entra en contradicción con los mensajes que los adolescentes reciben habitualmente sobre el alcohol y sus efectos negativos, que son los que utilizan los que nunca han bebido para construir sus percepciones (Goldberg et al., 2002). Las expectativas sobre el alcohol se acostumbran a formar años antes de la edad en que suele comenzar su consumo y conforme esta etapa se acerca esas expectativas se van haciendo cada vez más positivas e influyen en las motivaciones hacia el consumo y los efectos del alcohol sobre la conducta (Cox y Klinger, 1988).

En esta línea, Parsons, Halkitis, Bimbi y Borkowski (2000), en un estudio sobre conductas sexuales de riesgo con una muestra de 704 estudiantes universitarios de edades comprendidas entre los 17 y los 25 años también observaron que la percepción de consecuencias positivas asociadas a la conducta de riesgo combinada con la incapacidad para resistir la “tentación” (*i.e.*, capacidad para practicar sexo seguro en situaciones potencialmente tentadoras o cuando hay excusas para no usar medidas de protección como no disponer de preservativos, estar enamorado de la pareja, haber consumido alcohol / drogas o estar deprimido) y la baja autoeficacia (*i.e.*, confianza en las propias capacidades para llevar a cabo la conducta de salud) eran los mejores predictores de las conductas sexuales de riesgo entre los jóvenes. Estos resultados sugieren que las personas que se sienten menos habilidosas para practicar sexo seguro enfatizan más los posibles beneficios de la conducta arriesgada porque de este modo pueden justificar mejor su implicación en ella, sobre todo en aquellas situaciones que les ofrecen la excusa perfecta para no utilizar el preservativo (“practicar el sexo sin protección puede ayudarte cuando estás deprimido / hace que te sientas más conectado con tu pareja / hace que sientas mejor cuando estás borracho”). En este tipo de situaciones los beneficios del no-uso del preservativo son más atractivos para los jóvenes. Aunque en este estudio no se halló una relación significativa entre el uso del preservativo y los costes / consecuencias negativas asociados a la conducta de riesgo (*i.e.*, SIDA, embarazo no deseado), Prat, Planes, Gras y Sullman (2012) obtuvieron una relación significativa entre los beneficios y los inconvenientes de usar el preservativo en una muestra de 619 estudiantes universitarios, constatando además una mayor influencia de los beneficios.

Algunos autores (Parsons et al., 1997) señalan, además, que los adolescentes más orientados hacia los beneficios, es

decir, que buscan obtener algo ventajoso de su implicación en la conducta arriesgada, podrían conceptualizarse como “buscadores de sensaciones”.

El objetivo de este estudio es analizar la relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol en una muestra de adultos jóvenes. Además, hemos querido comprobar si los riesgos y los beneficios percibidos asociados al alcohol son predictores significativos de su consumo abusivo y/o perjudicial. Se espera que las puntuaciones de los jóvenes en la escala de búsqueda de sensaciones predigan el consumo de alcohol y que la relación entre estas variables esté parcialmente mediada por las percepciones sesgadas de los jóvenes sobre los posibles riesgos y beneficios asociados al consumo.

Método

Participantes

Participaron en el estudio 356 jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años (Media = 20.46; DT = 1.50), siendo el 62.4% mujeres y el 37.6% varones. Todos ellos eran estudiantes de Psicología de las Universidades de Santiago de Compostela y Girona.

Instrumentos

En este estudio hemos empleado una versión traducida al castellano del Inventario de Búsqueda de sensaciones de Arnett (*Arnett Inventory of Sensation Seeking*, AISS; Arnett, 1994). El AISS fue diseñado para superar algunas de las limitaciones de la Escala de Búsqueda de sensaciones (EBS) de Zuckerman (*e.g.*, ítems anacrónicos, formato de respuesta de elección forzosa, etc.). Además, los ítems del AISS no hacen referencia explícita a conductas antisociales y/o actividades físicas vigorosas como los del I₇ o la propia EBS.

El AISS consta de 20 ítems que los participantes deben valorar en una escala de 5 puntos (0 = *Muy en desacuerdo* a 4 = *Muy en acuerdo*) en función de si consideran que las distintas afirmaciones que se les presentan coinciden con sus gustos y su forma de ser. Este inventario consta de dos subescalas de 10 ítems cada una: *Intensidad*, que hace referencia a la intensidad de estimulación de los sentidos (*e.g.*, “Me gusta escuchar la música a mucho volumen”) y *Novedad*, que valora la apertura a la experiencia (*e.g.*, “Me gustaría viajar a lugares extraños y lejanos”). El AISS permite obtener, además, una puntuación global de búsqueda de sensaciones compuesta por la suma de las dos subescalas.

El valor del alpha de Cronbach obtenido en nuestro estudio para cada una de las subescalas fue de .60 en la de Intensidad, de .43 en la de Novedad y de .63 en la escala global de búsqueda de sensaciones, lo cual es coherente con el obtenido en otros estudios (Andrew y Cronin, 1997; Ferrando y Chico, 2001; Roth y Herzberg, 2004). Ya en el trabajo original de Arnett (1994), la fiabilidad de las escalas del AISS era de .50 (Novedad) y .64 (Intensidad). Esto puede deberse a

que la selección de los ítems de esta nueva escala no se ha realizado siguiendo un proceso empírico sino basándose en su validez aparente, esto es, siguiendo un procedimiento racional. Con todo, el propio Arnett (1994) pudo comprobar que el AISS era mejor predictor de las conductas de riesgo (*e.g.*, fumar marihuana, tener sexo con un desconocido, etc.) que la forma V de la EBS en una muestra de adolescentes de edades comprendidas entre los 16 y los 18 años.

Para evaluar el abuso del alcohol utilizamos la versión breve del *Alcohol Use Disorders Test-Consumption Questionnaire* (AUDIT-C) desarrollado por Bush, Kivlahan, McDonell y Bradley (1998). El AUDIT-C consta de 3 ítems que evalúan –siguiendo las recomendaciones de la OPS/OMS (2000)– frecuencia de consumo, cantidad típica de alcohol consumida y frecuencia de consumo elevado (*i.e.*, consumo de seis o más bebidas alcohólicas en una misma ocasión) en los que el valor de las respuestas oscila entre 0 y 4. En nuestro estudio esta escala presenta una adecuada consistencia interna con un valor del alpha de Cronbach de .72.

La valoración objetiva de los riesgos que entrañan las distintas conductas relacionadas con el consumo de alcohol (*e.g.*, “Beber alcohol aumenta el riesgo en las relaciones sexuales”) se llevó a cabo mediante una escala construida *ad hoc* compuesta por 11 ítems que los individuos deben puntuar de 0 (*Totalmente en desacuerdo*) a 4 (*Totalmente de acuerdo*). El valor del coeficiente alpha de Cronbach de esta escala es de .78. La mayoría de los ítems de esta escala se seleccionaron escogiendo los tópicos más comunes utilizados por diferentes autores en instrumentos anteriores sobre la misma temática (Benthin, Slovic y Severson, 1993; Gullone, Moore, Moos y Boyd, 2000; Hampson et al., 2001) y se añadieron algunos otros con el fin de que estuvieran representados aquellos que generalmente se consideran importantes en los programas preventivos para jóvenes (D’Amico y Fromme, 2002; Planes, Gras, Soto y Font-Mayolas, 2000).

Para evaluar los motivos de los jóvenes para consumir alcohol empleamos una versión reducida del *Drinking Motives Questionnaire Revised* (DMQ-R) (Cooper, 1994) traducida al castellano (Gómez-Fraguela, González-Iglesias, Romero, Villar y Luengo, 2012). Consta de 12 ítems agrupados en tres factores: Refuerzo positivo, Conformidad y Afrontamiento. Para el registro de respuestas se empleó una escala tipo Likert de 5 puntos (0 = *Casi nunca*; 4 = *Casi siempre*) que los participantes debían contestar en función de la frecuencia con la que bebían por cada una de esas razones. En este estudio todas las subescalas presentan una consistencia interna satisfactoria, con valores del alpha de Cronbach de .81, .67 y .68, respectivamente.

Procedimiento

Para la adaptación al castellano del AISS se siguió un procedimiento de traducción inversa. En una primera fase se realizó una conversión de la escala original en inglés al castellano. Posteriormente se solicitó a un miembro del equipo de investigación que no había participado en la traducción ini-

cial la conversión de castellano a inglés del cuestionario. Esta versión fue comparada con el cuestionario original y se corrigieron las discrepancias observadas.

La recogida de datos se realizó durante el curso académico 2011-2012 (meses de noviembre y marzo-abril) utilizando un muestreo incidental a través de cuestionarios que fueron distribuidos en las facultades de Psicología de las Universidades de Santiago de Compostela y Girona. A los estudiantes se les solicitaba la participación voluntaria y anónima. A todos aquellos que se mostraron dispuestos a colaborar se les pasó la encuesta en formato papel. La aplicación de los cuestionarios se llevó a cabo en pequeños grupos de no más de

20 jóvenes y, en algunos casos de forma individual. El tiempo para cumplimentar la encuesta no excedía los 20 minutos. Para realizar el análisis de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS Statistics 20.

Resultados

En la Tabla 1 aparecen recogidas las puntuaciones de los participantes en las distintas variables empleadas en este estudio y las diferencias de género halladas en cada una de ellas.

Tabla 1. Puntuaciones en las distintas variables y diferencias de género.

	Hombres	Mujeres	<i>t</i>
	Media (DT)		
AISS total	44.04 (8.08)	37.30 (7.59)	7.92***
Intensidad	20.21 (5.91)	15.23 (4.81)	8.66***
Novedad	23.84 (4.17)	22.09 (4.69)	3.56***
Percepción de riesgos	2.70 (.53)	3.02 (.51)	-5.65***
Motivos para consumir alcohol			
Afrontamiento	.80 (.81)	.60 (.71)	2.37*
Refuerzo positivo	1.66 (.88)	1.32 (.84)	3.57***
Conformidad	.42 (.61)	.24 (.43)	3.15**
AUDIT-C	4.67 (2.05)	3.02 (1.71)	7.91***
Frecuencia	2.07 (.79)	1.75 (.77)	3.67**
Cantidad	1.33 (1.04)	.67 (.72)	6.82**
Consumo abusivo	1.23 (.86)	.58 (.68)	7.71**

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Como podemos observar en la Tabla 1 existen importantes diferencias de género estadísticamente significativas en las puntuaciones obtenidas en las dos subescalas del AISS y en la escala global, siendo los hombres los que puntúan más alto que las mujeres. Además, los chicos perciben menos riesgos asociados al consumo de alcohol que las chicas y obtienen puntuaciones más altas en las tres subescalas del DMQ-R relacionadas con los motivos para beber alcohol.

También hemos observado diferencias de género en las distintas medidas de consumo de alcohol que hemos empleado en este estudio, siendo los hombres los que obtienen puntuaciones significativamente más altas que las mujeres.

A continuación realizamos un análisis de correlaciones entre las distintas variables evaluadas en este estudio (véase Tabla 2).

Tabla 2. Correlaciones entre la búsqueda de sensaciones, el consumo de alcohol y las percepciones de los individuos.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. AISS total											
2. Intensidad	.86**										
3. Novedad	.76**	.32**									
4. Percepción riesgos	-.18**	-.24**	-.03								
5. Afrontamiento	.12*	.12*	.07	-.21**							
6. Refuerzo positivo	.23*	.23*	.15**	-.32**	.57**						
7. Conformidad	.12*	.11*	.07	-.08	.46**	.42**					
8. AUDIT-C	.32**	.30**	.20**	-.42**	.33**	.49**	.12*				
9. Frecuencia	.22**	.18**	.18**	-.27**	.27**	.34**	.14*	.71**			
10. Cantidad	.22**	.22**	.13*	-.33**	.22**	.42**	.06	.83**	.32**		
11. Consumo abusivo	.30**	.31**	.17**	-.41**	.30**	.45**	.12*	.86**	.43**	.63**	

* $p < .05$; ** $p < .01$

Como podemos observar en la Tabla 2, la escala global de búsqueda de sensaciones se asocia (en sentido positivo)

con las dos subescalas del AISS y con todas las subescalas del DMQ-R. En sentido negativo, además, esta variable se

relaciona con la percepción de riesgos. Este mismo patrón de resultados se observa con la subescala de Intensidad del AISS. Por su parte, la búsqueda de experiencias novedosas y excitantes se relaciona de forma significativa con la subescala de Refuerzo positivo del DMQ-R y con el AUDIT-C y sus tres ítems.

La percepción de los posibles riesgos asociados al consumo de alcohol se relaciona en sentido inverso con el factor de Afrontamiento, con la subescala del DMQ-R relacionada con el logro de refuerzo positivo y con el consumo de alcohol.

Las distintas subescalas del DMQ-R correlacionan entre sí en sentido positivo y con las puntuaciones de los participantes en el AUDIT-C y en las tres medidas de consumo de alcohol.

Finalmente, realizamos un análisis de regresión lineal múltiple con el fin de confirmar la importancia de la búsqueda de sensaciones y del balance costes-beneficios en la predicción del consumo de alcohol (véase Tabla 3).

Como podemos observar en la Tabla 3, la búsqueda de experiencias intensas y novedosas, las percepciones sesgadas de los participantes con respecto al consumo de alcohol, la búsqueda de refuerzo positivo y el intento de reducir la presión grupal son las variables que predicen sus puntuaciones en el AUDIT-C.

Tabla 3. Resultados del análisis de regresión empleado para predecir el consumo de alcohol (AUDIT-C).

	β	p
Búsqueda de sensaciones	.17	.001
Percepción de riesgo	-.25	.001
Afrontamiento	.10	.087
Refuerzo positivo	.37	.001
Conformidad	-.12	.025
R^2	.36	
R^2 corregida	.35	

A continuación quisimos examinar las relaciones de mediación entre la variable búsqueda de sensaciones, las percepciones sobre el consumo de alcohol y su papel en la predicción del AUDIT-C. Para ello empleamos un análisis de mediación múltiple utilizando el macro propuesto por Preacher y Hayes (2008) para SPSS. En la Tabla 4 aparecen recogidos los coeficientes de los potenciales mediadores examinados.

Para evaluar de manera formal los efectos específicos indirectos se ha usado la técnica *bootstrapping*, siguiendo el procedimiento propuesto por Hayes y Preacher (2005). Los resultados de los intervalos de confianza para los efectos indirectos de la búsqueda de sensaciones están resumidos también en la Tabla 4.

Tabla 4. Análisis de los efectos mediacionales múltiples de las percepciones sobre la relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol mediante el método de *bootstrapping* (1000 *bootstrap samples*).

Variables mediadoras	Coeficiente	DT	Z	p	Bootstrap, 95% IC	
					Inferior	Superior
Percepción de riesgos	.013	.004	2.778	.005	.006	.023
Afrontamiento	.003	.002	1.304	.192	0	.102
Refuerzo positivo	.021	.006	3.540	.001	.110	.346
Conformidad	-.003	.002	1.432	.152	-.009	.005

Como podemos observar en la Tabla 4, la percepción de riesgos ($Z = 2.778$, $p < .005$) y el factor de Refuerzo positivo del DMQ-R ($Z = 3.54$, $p < .001$) son importantes mediadores de la relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol. Además, y dado que el intervalo de confianza al 95% no incluye el cero en ninguno de los dos casos, concluimos que este efecto de mediación es también significativo.

Estos resultados sugieren que el papel de la personalidad sobre el consumo de alcohol está parcialmente mediado por las percepciones sesgadas de los jóvenes con respecto a los riesgos que entrañan las distintas conductas relacionadas con el consumo de alcohol y por los motivos para beber relacionados con las expectativas de lograr un reforzamiento positivo (véase Figura 1).

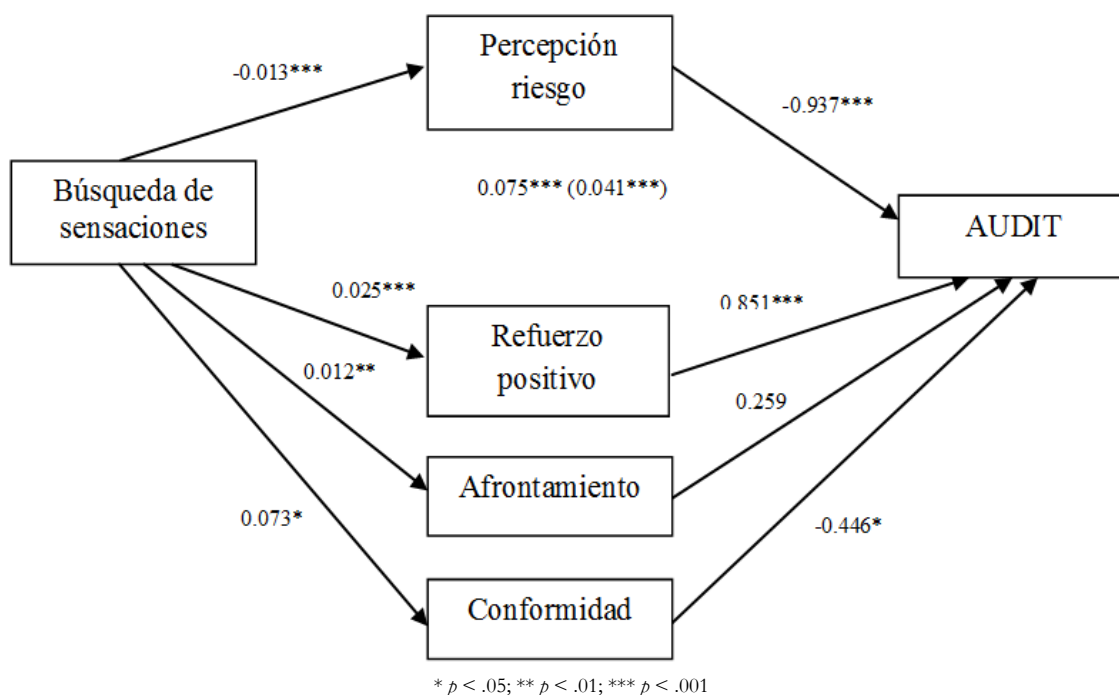


Figura 1. Modelo de mediación múltiple de las percepciones sobre la relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol.

Discusión

En este estudio hemos confirmado la importancia de la búsqueda de sensaciones en la predicción y la explicación del consumo de alcohol, unos resultados que coinciden con los hallados en otros estudios (Arnett, 1990; Donovan y Marlatt, 1982; Jonah, Thiessen y Au-Yeung, 2001; Legrand, Gomà-i-Freixanet, Kaltenbach y Joly, 2007; van Beurden, Zask, Brooks y Dight, 2005).

Nuestros resultados sugieren también que el papel de la búsqueda de sensaciones sobre el consumo de alcohol está mediado por las percepciones sesgadas de los individuos sobre el alcohol y sus consecuencias. Es decir, la relación entre la búsqueda de sensaciones y las puntuaciones en el AUDIT-C no es tan directa como podríamos pensar en un primer momento. En concreto, el factor de Refuerzo positivo del DMQ-R y la percepción de riesgos son los mediadores más robustos en la relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol. Estos resultados van en la línea de los obtenidos por Urbán, Kökönyei y Demetrovics (2008) con una muestra de estudiantes húngaros. Los autores observaron que los motivos para beber alcohol esgrimidos por los adolescentes y las expectativas positivas asociadas al consumo (*i.e.*, diversión, sexo, etc.) mediaban la relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol, unos hallazgos que fueron utilizados para describir el posible mecanismo explicativo del abuso de alcohol entre los altos buscadores de sensaciones.

Además, los jóvenes perciben el consumo de alcohol como una costumbre socialmente aceptada, que les permite conseguir los resultados deseados (*e.g.*, olvidar sus preocupaciones, pasárselo bien, etc.) y evitar ciertas situaciones, como sentirse excluido del grupo o presionado por los amigos. El logro de refuerzo positivo –tanto de naturaleza social como emocional– es también una de las principales motivaciones asociadas al consumo abusivo de alcohol (Abbey, Smith y Scott, 1993; Kuntsche y Cooper, 2010; Mezquita et al., 2011) y a la participación de los universitarios en botellones (Gómez-Fraguela et al., 2008). Asimismo, los posibles beneficios asociados a la conducta son también buenos predictores de las conductas arriesgadas de los adolescentes (Parsons et al., 2000; Rolison y Scherman, 2003).

Estos resultados apuntan a que la decisión de los jóvenes de consumir alcohol está determinada por los resultados de un balance de costes (*e.g.*, sentirse fuera del grupo o no caer bien a los demás) y beneficios (*e.g.*, ser más sociable, sentirse más seguro y confiado). Pero esa decisión está modulada por la experiencia previa que hayan tenido con la conducta y con su disposición personal a asumir riesgos.

En este estudio también hemos constatado la existencia de importantes diferencias de género. En concreto, los hombres obtienen puntuaciones más altas en búsqueda de sensaciones, un hallazgo ampliamente documentado en la literatura científica (Constantinou, Panayiotou, Konstantinou, Loutsiou-Ladd y Kapardis 2011; Greene, Krcmar, Walters, Rubin y Hale 2000; Rolison y Scherman, 2003; Roth, Schumacher y Brähler, 2005; Zuckerman, 1994).

Los hombres también consumen más alcohol que las mujeres y presentan más episodios de consumo abusivo o de riesgo (Martinic y Measham, 2008; Olivera, Planes, Cunill y Gras; 2002; Rehm et al., 2009; Ryb, Dischinger, Kufera y Read, 2006). Además, los hombres perciben menos riesgos y más beneficios asociados al consumo de alcohol, un patrón que también ha sido observado en varios estudios sobre distintas conductas de riesgo (*i.e.*, sexo sin protección, consumo de drogas, conductas imprudentes, etc.) llevados a cabo con adolescentes y jóvenes (Parsons et al., 1997, 2000; Prat, et al., 2012; Rolison y Scherman, 2003; Siegel et al., 1994).

Aunque pudieran esgrimirse explicaciones de tipo biológico para dar cuenta de este hallazgo (*e.g.*, niveles de testosterona), Slovic (2000) ha señalado otros factores como el status, la sensación de control y los beneficios derivados de la conducta de riesgo. El autor observó que los varones blancos percibían menos riesgos que los varones negros y que las mujeres. Además, los varones blancos con las puntuaciones más bajas en percepción de riesgos tenían un mayor nivel educativo y más ingresos económicos y eran más conservadores en el terreno político.

Por su parte, Gardner y Steinberg (2005) no observaron diferencias de género en las conductas de riesgo ni en las decisiones sobre el riesgo pero sí en las variables relacionadas

con la *preferencia* sobre el riesgo: los autores observaron que los hombres concedían más importancia a los beneficios de las conductas arriesgadas que las mujeres, sobre todo cuando eran más jóvenes (adolescentes vs. jóvenes y adultos) y se hallaban en grupo. Sin embargo, entre los adultos no observaron diferencias entre hombres y mujeres a la hora de comparar los beneficios y los costes de las conductas de riesgo.

Estos resultados tienen una enorme trascendencia de cara a la prevención: ya no es suficiente con aumentar la percepción de riesgo, sino que habrá que tener en cuenta la percepción de las ventajas para que beber en exceso sea algo culturalmente no apetecible, y esto supone una forma muy distinta de hacer prevención (Calafat, 2007). En este sentido, los mensajes preventivos debieran centrarse en desmontar las creencias erróneas que los jóvenes manejan sobre las posibles ventajas y beneficios asociados al consumo de alcohol más que en el incremento de las percepciones de riesgo.

Agradecimientos.- El trabajo de B.G. está apoyado económicamente por la beca para Formación de Profesorado Universitario del Programa Nacional de Formación de Recursos Humanos de Investigación, en el marco del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011.

Referencias

- Abbey, A., Smith, M. J. y Scott, R. O. (1993). The relationship between reasons for drinking alcohol and alcohol consumption: An interactional approach. *Addictive Behaviors*, 18, 659-670.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes. Special Issue: Theories of Cognitive Self-Regulation*, 50, 179-211.
- Andrew, M. y Cronin, C. (1997). Two measures of sensation seeking as predictors of alcohol use among high school males. *Personality and Individual Differences*, 22, 393-401.
- Arnett, J. J. (1990). Drunk driving, sensation seeking, and egocentrism among adolescents. *Personality and Individual Differences*, 11, 541-546.
- Arnett, J. J. (1994). Sensation seeking: A new conceptualization and a new scale. *Personality and Individual Differences*, 16, 289-296.
- Arnett, J. J. (2005). The developmental context of substance use in emerging adulthood. *Journal of Drug Issues*, 35, 235-254.
- Benthin, A., Slovic, P. y Severson, H. H. (1993). A psychometric study of adolescent risk perception. *Journal of Adolescence*, 16, 113-168.
- Breakwell, G. M. (2007). *The psychology of risk*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Bush, K., Kivlahan, D. R., McDonell, M. B. y Bradley, K. A. (1998). The AUDIT alcohol consumption questions (AUDIT-C): An effective brief screening test for problem drinking. *Archives of Internal Medicine*, 158, 1789-179.
- Calafat, A. (2007). El abuso de alcohol de los jóvenes en España. *Adicciones*, 19, 217-224.
- Constantinou, E., Panayiotou, G., Konstantinou, N., Loutsiou-Ladd, A. y Kapardis, A. (2011). Risk and aggressive driving in young adults: Personality matters. *Accident Analysis and Prevention*, 43, 1323-1331.
- Cooper, M. L. (1994). Motivations for alcohol use among adolescents: Development and validation of a four-factor model. *Psychological Assessment*, 6, 117-128.
- Cox, W. M. y Klinger, E. (1988). A motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology*, 97, 168-180.
- D'Amico, E. J. y Fromme, K. (2002). Brief prevention for adolescent risk-taking behavior. *Addiction*, 97, 563-574.
- Donovan, D. M. y Marlatt, G. A. (1982). Personality subtypes among driving-while-intoxicated offenders: Relationship to drinking behavior and driving risk. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 50, 241-249.
- Ferrando, P. J. y Chico, E. (2001). The construct of sensation seeking as measured by Zuckerman's SSS-V and Arnett's AISS: A structural equation model. *Personality and Individual Differences*, 31, 1121-1133.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gardner, M. y Steinberg, L. (2005). Peer influence on risk taking, risk preference, and risky decision making in adolescence and adulthood: An experimental study. *Developmental Psychology*, 41, 625-635.
- Gil-Lacruz, A. I. y Gil-Lacruz, M. (2010). Subjective valoration of risk perception and alcohol consumption among Spanish students. *Salud Mental*, 33, 309-316.
- Goldberg, J. H., Halpern-Felsher, B. L. y Millstein, S. G. (2002). Beyond invulnerability: The importance of benefits in adolescents' decision to drink alcohol. *Health Psychology*, 21, 477-484.
- Gómez-Fraguela, J. A., Fernández-Pérez, N., Romero, E. y Luengo, A. (2008). El botellón y el consumo de alcohol y otras drogas en la juventud. *Psicothema*, 20, 211-217.
- Gómez-Fraguela, J. A., González-Iglesias, B., Romero, E., Villar, P. y Luengo, M. A. (2012). ¿Por qué beben los jóvenes universitarios españoles? Análisis de la estructura del Drinking Motives Questionnaire Revised (DMQ-R). *Revista Española de Drogodependencias*, 37, 147-163.
- Grant, M. y Litvak, J. (Eds.) (1998). *Drinking patterns and their consequences*. Basingstoke, Hampshire, Reino Unido: Taylor & Francis.
- Greene, K., Krumar, M., Walters, L. H., Rubin, D. L. y Hale, J. L. (2000). Targeting adolescent risk-taking behaviors: The contribution of egocentrism and sensation-seeking. *Journal of Adolescence. Special Issue: Adolescents and Risk-Taking*, 23, 439-461.
- Gullone, E., Moore, S., Moss, S. y Boyd, C. (2000). The adolescent risk-taking questionnaire: Development and psychometric evaluation. *Journal of Adolescent Research*, 15, 231-250.
- Hampson, S. E., Severson, H. H., Burns, W. J., Slovic, P. y Fisher, K. J. (2001). Risk perception, personality factors and alcohol use among adolescents. *Personality and Individual Differences*, 30, 167-181.

- Hayes, A. F. y Preacher, K. J. (2005). *SPSS and SAS macros for bootstrapping indirect effects in multiple mediator models*. Recuperado de <http://www.comm.ohiostate.edu/ahayes/SPSS%20programs/indirect.htm>.
- Horvath, P. y Zuckerman, M. (1993). Sensation seeking, risk appraisal, and risky behavior. *Personality and Individual Differences*, 14, 41-52.
- Janz, N. K. y Becker, M. H. (1984). The health belief model: A decade later. *Health Education Quarterly*, 11, 1-47.
- Jonah, B. A. (1997). Sensation seeking and risky driving: A review and synthesis of the literature. *Accident Analysis and Prevention*, 29, 651-665.
- Jonah, B. A., Thiessen, R. y Au-Yeung, E. (2001). Sensation seeking, risky driving and behavioral adaptation. *Accident Analysis and Prevention*, 33, 679-684.
- Kelly, E., Darke, S. y Ross, J. (2004). A review of drug use and driving: Epidemiology, impairment, risk factor and risk perceptions. *Drug and Alcohol Review* 23, 319-344.
- Kuntsche, E. y Cooper, M. L. (2010). Drinking to have fun and to get drunk: Motives as predictors of weekend drinking over and above usual drinking habits. *Drug and Alcohol Dependence*, 110, 259-262.
- Legrand, F. D., Gomà-i-Freixanet, M., Kaltenbach, M. L. y Joly, P. M. (2007). Association between sensation seeking and alcohol consumption in French college students: Some ecological data collected in "open bar" parties. *Personality and Individual Differences*, 43, 1950-1959.
- López-Larrosa, S. y Rodríguez-Arias, J. L. (2010). Factores de riesgo y de protección en el consumo de drogas en adolescentes y diferencias según edad y sexo. *Psicothema*, 22, 568-573.
- Machin, M. A. y Plint, J. E. (2010). Understanding the unique contribution of aversion to risk taking in predicting drivers' self-reported speeding. En L. Dorn (Ed.), *Driver Behaviour and Training, Volume IV. Human factors in road and rail transport* (pp. 61-73). Aldershot, Reino Unido: Ashgate.
- Martinic, M. y Measham, F. (Eds.) (2008). *Swimming with crocodiles: The culture of extreme drinking*. Nueva York: Routledge / Taylor & Francis Group.
- Mezquita, L., Stewart, S. H., Ibáñez, M. I., Ruirpérez, M. A., Villa, H., Moya, J. y Ortet, G. (2011). Drinking motives in clinical and general populations. *European Addiction Research*, 17, 250-261.
- Mills, B., Reyna, V. F. y Estrada, S. (2008). Explaining contradictory relations between risk perception and risk taking. *Psychological Science*, 19, 429-433.
- Millstein, S. G. y Halpern-Felsher, B. L. (2002). Perceptions of risk and vulnerability. *Journal of Adolescent Health*, 31, 10-27.
- Observatorio Español de la Droga y las Toxicomanías (2011). *Informe 2011. Situación y tendencias de los problemas de drogas en España*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Política Social.
- Oliveras, C., Planes, M., Cunill, M. y Gras, M. E. (2002). Efectos del alcohol y conducción de vehículos: Creencias y conductas de los jóvenes. *Revista Española de Drogodependencias*, 27, 66-80.
- Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) (2000). *Guía Internacional para vigilar el consumo del alcohol y sus consecuencias sanitarias*. Recuperado de http://new.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=2453&Itemid=
- Parsons, J. T., Halkitis, P. N., Bimbi, D. y Borkowski, T. (2000). Perceptions of the benefits and costs associated with condom use and unprotected sex among late adolescent college students. *Journal of Adolescence. Special Issue: Adolescents and Risk-Taking*, 23, 377-391.
- Parsons, J. T., Siegel, A. W. y Cousins, J. H. (1997). Late adolescent risk-taking: Effects of perceived benefits and perceived risks on behavioral intentions and behavioral change. *Journal of Adolescence*, 20, 381-392.
- Planes, M., Gras, M.E., Soto, J. y Font-Mayolas S. (2000). Percepción de riesgo y comportamientos heterosexuales relacionados con la prevención del SIDA en jóvenes universitarios. *Análisis y Modificación de Conducta*, 26, 365-389.
- Prat, F., Planes, M., Gras, M. E. y Sullman M. J. M. (2012). Stages of change and decisional balance for condom use with a heterosexual romantic partner. *Journal of Health Psychology*, 17, 1193-1202.
- Preacher, K. J. y Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behaviour Research Methods*, 40, 879-891.
- Rehm, J., Mathers, C., Popova, S., Thavorncharoensap, M., Teerawattananon, Y. y Patra, J. (2009). Global burden of disease and injury and economic cost attributable to alcohol use and alcohol-use disorders. *Lancet*, 373, 2223-2232.
- Reyna, V. F. y Farley, F. (2006). Risk and Rationality in Adolescent Decision Making: Implications for Theory, Practice, and Public Policy. *Psychological Science in the Public Interest*, 7, 1-44.
- Rolison, M. R. y Scherman, A. (2002). Factors influencing adolescents' decisions to engage in risk-taking behavior. *Adolescence*, 37, 585-596.
- Rolison, M. R. y Scherman, A. (2003). College student risk-taking from three perspectives. *Adolescence*, 38, 689-704.
- Rosenbloom, T. (2003). Sensation seeking and risk taking in mortality salience. *Personality and Individual Differences*, 35, 1809-1819.
- Roth, M. y Herzberg, P. Y. (2004). A validation and psychometric examination of the Arnett Inventory of Sensation Seeking (AISS) in German adolescents. *European Journal of Psychological Assessment*, 20, 205-214.
- Roth, M., Schumacher, J. y Brähler, E. (2005). Sensation seeking in the community: Sex, age and sociodemographic comparisons on a representative German population sample. *Personality and Individual Differences*, 39, 1261-1271.
- Rundmo, T. e Iversen, H. (2004). Risk perception and driving behaviour among adolescents in two Norwegian counties before and after a traffic safety campaign. *Safety Science*, 42, 1-21.
- Ryb, G. E., Dischinger, P. C., Kufera, J. A. y Read, K. M. (2006). Risk perception and impulsivity: Association with risky behaviors and substance abuse disorders. *Accident Analysis and Prevention*, 38, 567-573.
- Siegel, A. W., Cousins, J. H., Rubovits, D., Parsons, J. T., Lavery, B. y Crowley, C. L. (1994). Adolescents' perceptions of the benefits and risks of their own risk-taking. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 2, 89-98.
- Slovic, P. (2000). *The perception of risk*. Londres, Sterling, VA: Earthscan Publications.
- Urbán, R., Kökönyei, G. y Demetrovics, Z. (2008). Alcohol outcome expectancies and drinking motives mediate the association between sensation seeking and alcohol use among adolescents. *Addictive Behaviors*, 33, 1344-1352.
- van Beurden, E., Zask, A., Brooks, L. y Dight, R. (2005). Heavy episodic drinking and sensation seeking in adolescents as predictors of harmful driving and celebrating behaviors. Implications for prevention. *Journal of Adolescent Health*, 37, 37-43.
- Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. Nueva York: Cambridge University Press.

(Artículo recibido: 13-3-2013; revisión recibida: 10-5-2013; aceptado: 15-7-2013)