

El contenido de esta obra es una contribución del autor al repositorio digital de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, por tanto el autor tiene exclusiva responsabilidad sobre el mismo y no necesariamente refleja los puntos de vista de la UASB. Este trabajo se almacena bajo una licencia de distribución no exclusiva otorgada por el autor al repositorio, y con licencia Creative Commons – Reconocimiento de créditos-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 Internacional



**Actitudes hacia el consumo, búsqueda de sensaciones
y consumo de alcohol. Modelo de mediación parcial en
adolescentes ecuatorianos**

**Rodrigo Moreta-Herrera
Marlon Mayorga-Lascano
Carlos Reyes-Valenzuela
Teresa Durán-Rodríguez**

2021

Actitudes hacia el consumo, búsqueda de sensaciones y consumo de alcohol. Modelo de mediación parcial en adolescentes ecuatorianos

Attitudes towards consumption, search for sensations and consumption of alcohol. Partial mediation model in Ecuadorian adolescents

Rodrigo Moreta-Herrera^{1,2}, Marlon Mayorga-Lascano¹, Carlos Reyes-Valenzuela³ y Teresa Durán-Rodríguez^{1,4}

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador

² Universidad Autónoma de Madrid, España

³ Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

⁴ Social Research and Mental Health Lab - Ecuador

Recibido: 03/01/2020 · Aceptado: 05/04/2021

Resumen

Objetivo: Determinar el efecto de mediación de la búsqueda de sensaciones en la relación entre actitudes al consumo y el consumo de alcohol en una muestra de adolescentes del Ecuador. Método: Estudio descriptivo predictor y de mediación con el uso de la Escala de Actitudes al consumo, el Cuestionario Breve de Búsqueda de Sensaciones y la Prueba de Identificación de Trastornos Relacionados con el Consumo de Alcohol. Participantes: 913 adolescentes (55,2% hombres) de entre 11 a 19 años (\bar{X} = 14,7 años; s = 1,7), estudiantes de 6 centros educativos (61,3% públicos) de las ciudades de Ambato, Latacunga y Pelileo de Ecuador. Resultados: La Búsqueda de sensaciones (ab = .025; p < .001; $IC_{95\%}$ [.013 - .040]) presenta un efecto de mediación parcial (c = .251; p < .001 [c' = .226; p < .001]) en la relación entre las Actitudes al consumo y el Consumo de alcohol. Conclusiones: Las variables intervinientes Búsqueda de sensaciones resultan relevantes a la hora de considerar la relación entre Actitudes al consumo y Consumo de alcohol.

Palabras Clave

Adolescente; actitud; alcohol; edad; sensación; mediación.

— Correspondencia a: _____
Rodrigo Moreta-Herrera
Email: rmoreta@pucesa.edu.ec



Abstract

Objective: To determine the mediation effect of the search for sensations in the relationship between attitudes to consumption and alcohol consumption in a sample of adolescents from Ecuador. Method: Descriptive, predictive and mediating study with the use of the Scale of Attitudes to Consumption, the Brief Sensation Search Questionnaire and the Identification Test for Disorders Related to Alcohol Consumption. Participants: 913 adolescents (55.2% men) between 11 and 19 years old (\bar{X} = 14.7 years; s = 1.7), students from 6 educational centres (61.3% public) from the cities of Ambato, Latacunga and Pelileo from Ecuador. Results: The Search for sensations (ab = .025; p < .001; 95% CI [.013 - .040]) presents a partial mediation effect (c = .251; p < .001 [c' = .226; p < .001]) in the relationship between Attitudes to consumption and Alcohol Consumption. Conclusions: The intervening variables Search for sensations are relevant when considering the relationship between Attitudes to consumption and Alcohol consumption.

Key Words

Adolescent; attitude; alcohol; age; sensation; mediation.

INTRODUCCIÓN

En la investigación psicológica acerca del consumo de alcohol, el análisis del comportamiento en adolescentes es relevante. Primero porque se constituye como una población vulnerable y susceptible a los distintos efectos del consumo (World Health Organization [WHO], 2014), también porque es en esta etapa evolutiva en la que generalmente comienza la práctica del consumo (Tanner-Smith & Lipsey, 2015) y porque el alcohol es la sustancia de mayor consumo en este grupo (Gaete *et al.*, 2016). Entre los hallazgos en los adolescentes, se encuentran que el inicio del consumo y su consolidación cada vez se reduce con respecto a la edad (Kirisci *et al.*, 2013; Latorre, Cámara & García, 2014). Y también que la prevalencia de la abstinencia primaria (nunca han bebido alcohol) es mucho menor (WHO, 2014). Esto desde luego presenta implicaciones físicas y psicológicas en la vida adulta futura (Patrick & Schulenberg, 2014),

por lo que la monitorización continua y seguimiento de este fenómeno, así como de los riesgos asociados es necesario.

El continente americano, junto con Europa son las regiones en el mundo con mayor incidencia de consumo de alcohol entre su población (WHO, 2014). En el caso de los adolescentes, el consumo se encuentra generalizado, aunque con frecuencia de consumo y de ingesta baja; desde luego existe una proporción pequeña de adolescentes con consumo intenso de alcohol y problemas asociados (Patrick & Schulenberg, 2014; Arrijo Morales *et al.*, 2017; Morello *et al.*, 2017; Moreta-Herrera *et al.*, 2020). En el caso del Ecuador, el consumo de alcohol sigue el patrón similar al de otros países de la región (Ramón Durán & Dávila Pontón, 2018; Mayorga-Lascano *et al.*, 2019).

El consumo de alcohol es un problema de salud pública a nivel mundial (WHO, 2014) con mayor implicación entre los adolescen-



tes. Bajo este aspecto, el conocimiento de la dinámica del consumo como de los predictores y/o factores de riesgo asociados es relevante para hallar posibles mecanismos de intervención ante los efectos negativos. Al momento, se conoce que algunos elementos psicosociales influyen en la conducta de consumo como por ejemplo la relación con los padres y compañeros, la escuela y el trabajo, la religiosidad, el ejercicio, los comportamientos de riesgo, el uso de otras sustancias psicoactivas, la búsqueda de sensaciones, el bienestar, las actitudes hacia la bebida y las razones para el consumo de alcohol (Patrick & Schulenberg, 2014; Gaete *et al.*, 2016; Arriola Morales *et al.*, 2017), así como también la edad, tanto en el aspecto biológico, como en la representación social (Latorre, Cámara & García, 2014; Liang & Chikritzhs, 2015). Sin embargo, cabe destacar que muchos de estos hallazgos se analizaron de manera independiente, sin sistematización múltiple y de explicación integral de la situación, lo cual dificulta el proceso de modelización y predicción de la conducta del consumo en adolescente y la futura toma de decisiones.

Actitudes ante el consumo y búsqueda de sensaciones

Para la investigación psicológica, las variables de orden cognitivo, así como de personalidad son continuamente analizadas para comprender el fenómenos del consumo. De aquellas variables, para el presente estudio se consideran como relevantes las actitudes que muestran los adolescentes, así como la búsqueda de sensaciones.

Las actitudes son las valoraciones o creencias subjetivas y personales sobre distintos aspectos que le permiten a un individuo posicionarse de manera (favorable o desfavorable por ejemplo) para direccionarse hacia

una conducta específica (Ajzen & Cote, 2008; Dempsey *et al.*, 2016). Y la búsqueda de sensaciones (BS) que incluye la búsqueda de experiencias y sensaciones nuevas, variadas, complejas e intensas, así como el interés de correr riesgos (físicos o sociales, entre otros) para el disfrute de tales sensaciones (Zuckerman, 1994) que movilizan al individuo hacia conseguir ciertas experiencias para conseguir una sensación intensa y agradable. Estas variables entre los adolescentes se encuentran fuertemente asociadas entre sí (Hassan, Vinodkumar & Vinod, 2017; Chomsri, Likhitsathian, Aramrattana & Sivoiroj, 2018) y además, son predictores de varios tipos de conductas y comportamientos sanos como patológicos (Cooke *et al.*, 2016).

En el caso de las actitudes, la evidencia muestra una connotada asociación positiva entre estas y la práctica del consumo de alcohol (García del Castillo *et al.*, 2012; McAlaney *et al.*, 2015; Patrick, Wray-Lake & Maggs, 2017; Telumbre-Terrero, Esparza-Almanza, Alonso-Castillo, & Alonso-Castillo, 2017; Mayorga-Lascano *et al.*, 2019), tanto en adultos como en adolescentes. El rol de esta asociación es fundamental para conocer sobre la predictibilidad del consumo. Pues incide en la configuración de los esquemas predisponentes o desalentadores, así como posturas, valores o justificaciones que motivan la ejecución de una conducta (Lea, y otros, 2019). Cabe señalar, en especial en adolescentes, que aunque suelen verbalizar su oposición al consumo de alcohol u a otras sustancias y mostrar actitudes desfavorables, la práctica del consumo está presente (Vargas & Bittencourt, 2013), lo cual aunque al parecer suene paradójico responde más a la vergüenza o a la incomodidad de tener que confirmar una actitud favorable real y que se disfraza con un discurso opuesto, debido a que existe un patrón de actitudes hacia el consumo



más desfavorable en la adolescencia que en la adultez (Moreta-Herrera, Mayorga-Lascano y Carrera-Aldás, 2019).

Mientras, que la BS en la adolescencia como rasgo de personalidad muestra también una correlación positiva en las conductas de consumo (Quinn & Harden, 2013; Ibáñez et al., 2015; Thornton et al., 2019) en especial por su característica desinhibitoria de las conductas. La adolescencia, de por sí representa una etapa de búsqueda de sensaciones intensas (Steinberg et al., 2018) por el desconocimiento del mundo que le rodea y ello ocasiona la necesidad de estimulación externa. Esto puede llevar a la búsqueda del consumo de alcohol y sustancias para aplacar con el consumo la necesidad de tal exploración y alcanzar sensaciones intensas y agradables (Alcázar, Verdejo, Bouso, & Ortega, 2015). Respecto al consumo de alcohol, se observa evidencia de que la BS se relaciona de manera positiva, tanto en adultos como en adolescentes (MacPherson, Magidson, Reynolds, Kahler, & Lejuez, 2010; González-Iglesias, Gómez-Fraguela, Gras, & Planes, 2014; Latorre, Cámara, & García, 2014; Ibáñez et al., 2015). Por lo que representa una variable indispensable para entender este comportamiento.

Como se pudo observar, de forma independiente, los estudios que analizan el consumo de alcohol a través de las actitudes y la búsqueda de sensaciones son significativas (aunque limitados en análisis sobre poblaciones del Ecuador y América Latina) y confirman la propiedad predictora respectivamente que guardan. Sin embargo, estudios en conjunto como predictores múltiples tienen menor presencia limitándose únicamente al trabajo de Peñacoba Puente, González Gutiérrez, Abellán y López López (2008) sobre el consumo de drogas en general en adoles-

centes. Además, el análisis sobre el efecto que tienen terceras variables en una relación causa-efecto en la conducta del consumo de alcohol suelen ser menos explorados y ello dificulta el desarrollo de modelos de predicción amplios e integrales sobre la práctica del consumo, aunque destacan los trabajos de González-Iglesias y otros (2014); Studer y otros (2014); Gaume y otros (2018), que mencionan que la percepción de riesgo, la búsqueda de sensaciones, los motivos para beber, la presión grupal e incluso el comportamiento del terapeuta ejercen un efecto mediador en la relación casuística de otras variables con el consumo de alcohol.

En el caso particular de las Actitudes ante el consumo y la BS sobre el consumo de alcohol, no hay trabajos específicos, únicamente Peñacoba Puente y otros (2008) establecen que las actitudes ejercen un efecto mediador entre la BS y el consumo de sustancias, pero el trabajo es insuficiente para establecer una generalidad amplia del fenómeno. Así, es necesario profundizar en el desempeño de estas variables para conocer acerca de la dinámica así como de futuros mecanismos de intervención ante este fenómeno.

Objetivos e hipótesis

La investigación presenta como objetivos: a) confirmar la relación y predictibilidad que presentan las Actitudes al consumo y la Búsqueda de sensaciones en el consumo de alcohol en una muestra de adolescentes del Ecuador; y b) evidenciar el efecto mediador de la BS en la relación entre Actitudes al consumo y consumo de alcohol. Para tal fin, se plantean como hipótesis, que las Actitudes y la BS son predictores del consumo de alcohol y que la BS tiene un efecto mediador en la relación causa-efecto de las actitudes y el consumo de alcohol.



METODOLOGÍA

Diseño

El presente trabajo corresponde a un diseño de tipo descriptivo y predictor (Ato, López, & Benavente, 2013) en el que, a partir de una relación casuística de las actitudes al consumo y consumo de alcohol, se explora el rol de mediación de la BS en una muestra de adolescentes ecuatorianos.

Participantes

Un total de 913 adolescentes formaron parte de la muestra para el desarrollo de la investigación. El 55,2% son hombres y el 43,8% restante mujeres, con edades comprendidas entre los 11 a los 19 años (\bar{X} = 14,7 años; DS = 1,7). El 91,8% de autodefine como mestizo y el 8,2% restante entre indígena, afroecuatoriano y blanco. Los participantes proceden de tres ciudades del Ecuador: Latacunga, Pelileo y Ambato, en la cual un 73,9% son residentes de zonas urbanas y el 26,1% de las rurales. Los participantes corresponden a estudiantes de seis centros educativos de las provincias de Tungurahua y Cotopaxi, el 61,3% proceden de centros públicos y el 38,7% restante de privados. El 42,8% forman parte del sistema de Educación General Básica y el 57,2% de bachillerato. El 14,7% se encuentran en riesgo académico por bajo rendimiento, mientras que el 23,4% se encuentran en vulnerabilidad socioeconómica. La selección de los participantes se realizó a través de un muestreo de tipo no probabilístico con criterios de inclusión los cuales fueron: a) Participación voluntaria de los estudiantes; b) autorización firmada por representantes para participación y emisión de resultados; y c) Asistencia regular a clases.

Instrumentos

Escala de actitudes hacia el consumo de alcohol (EAA, López-Sánchez, García del Castillo, Mira & Estévez, 2000) en la versión adaptada de García del Castillo y otros (2012). El test valora con 13 ítems en una escala likert de cinco opciones que varían de 1 (muy en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo) las actitudes hacia el consumo de alcohol en tres factores: a) Predisposición al uso y consumo de alcohol (PUA); b) Índice de agrado al consumo (IAA); y c) Predisposición para la acción al consumo de alcohol (PAC). Al ser la orientación en sentido positivo, una puntuación mayor refleja mayores actitudes favorables al consumo de alcohol. Sobre las propiedades psicométricas se encontró que la herramienta cuenta con una fiabilidad elevada en muestra latinoamericana de $\alpha = ,81$ (Telumbre-Terrero et al., 2017). Para el presente estudio la consistencia interna es adecuada, con un $\alpha = ,79$.

Escala breve de búsqueda de sensaciones (BSS; Hoyle, Stephenson, Palmgreen, Lorch & Donohew, 2002). En la versión de ocho ítems adaptada en adolescentes peruanos (Merino-Soto & Blas, 2017), que se responde en una escala likert de cinco opciones entre 1 (Muy en desacuerdo) a 5 (Muy de acuerdo). Presenta como objetivo identificar el mecanismo de comportamiento de la búsqueda de sensaciones en adolescentes por medio del análisis de cuatro factores: a) Búsqueda de experiencias (ítems 1 y 5); b) búsqueda de aventura y emociones (ítems 2 y 6); c) deshinibición (ítems 3 y 7) y d) susceptibilidad al aburrimiento (ítems 4 y 8). Respecto a las propiedades psicométricas, se presenta una consistencia interna adecuada ($\alpha = ,78$).



Cuestionario para la identificación de los trastornos debido al consumo de alcohol

(AUDIT, WHO, 1992; Saunders et al., 1993) adaptada al castellano por Rubio y otros, 1998) en la versión adaptada al Ecuador de Moreta-Herrera, Rodas y Lara-Salazar (2020). Compuesta de 10 preguntas que forman tres factores: a) Consumo de riesgo de alcohol (CRA); b) Síntomas de dependencia (SDA); y c) Consumo perjudicial (CPA), con una escala Likert de cinco niveles. El punto de corte para determinar consumo de riesgo es 7 puntos o más. EL AUDIT cuenta con niveles aceptables de fiabilidad en adolescentes con $\alpha = ,84$ en adolescentes ecuatorianos (Mayorga-Lascano et al., 2019) mientras que para el presente estudio fue de $\alpha = ,86$.

Procedimiento

Para el proceso de evaluación se solicitó permiso a las instituciones educativas participantes. El reclutamiento de los estudiantes se realizó tras la difusión de los objetivos del proyecto y su interés en realizar una evaluación voluntaria. Dado que los participantes son menores de edad, se solicitó consentimiento firmado de los tutores legales. Cumplido este requisito, las evaluaciones se realizaron de manera grupal en las aulas de clase de las instituciones por personal calificado. El tiempo aproximado de duración fue de 30 minutos. Concluida la evaluación se procedió a la depuración de los datos y la digitalización de los resultados en bases de datos electrónicas para los análisis estadísticos. Con ello se verificaron las hipótesis y se emitieron las conclusiones respectivas. Este trabajo contó con la aprobación de la Comisión de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato encargada de supervisar el cumplimiento de los protocolos éticos para la investigación.

Análisis de datos

El presente trabajo contó con la gestión de tres bloques de análisis estadísticos. El primero es un análisis descriptivo sobre las actitudes al consumo, la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol. Estos datos se expresan por medio de la media aritmética (\bar{X}), la desviación estándar (DS) y la asimetría (g_1) y la curtosis (g_2), con el fin de conocer el desempeño que guardan las variables de estudio.

El segundo bloque comprende un análisis de correlaciones entre las Actitudes al consumo, la BS y el consumo de alcohol. Para este análisis se recurrió al coeficiente de Cronbach (α) para identificar el grado de relación existente, más un análisis de regresión lineal múltiple para conocer el nivel de explicación de la varianza que guardan las variables predictoras (Actitudes y BS) e identificar si el modelo es significativo o no.

El tercer bloque corresponde a los análisis de mediación. Para ello se probaron dos modelos, el primero con la BS como mediadora en la relación causal entre Actitudes y Consumo de alcohol (ver figura 1); y el segundo en el que la relación causal BS y Consumo de alcohol es mediada por las Actitudes al consumo (ver figura 2). En este análisis se intenta conocer el modelo de mediación que mejor explique el consumo de alcohol entre los adolescentes. Para este análisis se utilizó el método *Bootstrapped Confidence Intervals* (BCI, Hayes, 2013) que permite determinar la mediación de variables, mismo que ocurre cuando el efecto indirecto (ab) de la variable mediadora es significativo (que se da ante la ausencia del cero en los intervalos de confianza). Se espera que tanto el efecto directo (c') junto con el efecto indirecto (ab) sea igual al valor del efecto



total (c) de las variables para determinar un efecto mediador. Cuando c' guarda consigo significancia estadística ($p < .05$) se considera que la mediación provocada es parcial.

La gestión informática se realizó con el software SPSS en la versión 21 (IBM Corp., 2012) en el que se desarrollaron los análisis descriptivos, de correlación y de regresión lineal múltiple. Mientras que los análisis de mediación se realizaron con la macro PRO-CESS versión 3.3 (Hayes, 2018).

RESULTADOS

Análisis descriptivo

La Tabla 1 muestra que la media de edad bordea los 15 años, confirmando que la muestra es representativa del grupo etario de adolescentes. Sobre las actitudes al consumo, la búsqueda de sensaciones y el con-

sumo de alcohol, en todos los casos, su presencia generalizada es inclinada del lado desfavorable hacia el consumo, mientras que la búsqueda de sensaciones por parte de los mismos es moderada y que el consumo de alcohol, aunque presente en la muestra, es bajo y no representa riesgo generalizado.

Análisis de correlaciones y de regresión lineal

En la Tabla 2 se muestran las correlaciones de las variables analizadas, las Actitudes al Consumo y la BS se muestran asociadas de manera positiva y significativa ($p < .5$) con el consumo de alcohol. Además, es más evidente que las Actitudes al consumo guardan una mayor relación (moderada) que la BS (baja) con la práctica y las consecuencias del consumo. También es importante señalar, que las Actitudes ante el consumo y la BS también se correlación entre sí de manera baja y significativa.

Tabla 1. Análisis descriptivo de las variables en estudio

Variables	\bar{X}	DS	g_1	g^2
Edad	14,69	1,65	0,22	-0,44
Predisposición para consumo de alcohol	11,00	3,80	0,54	0,19
Índice de agrado de alcohol	13,25	5,33	0,15	-0,61
Predisposición para la acción al consumo	5,29	2,45	0,85	-0,06
Actitudes al consumo	29,55	8,86	0,26	-0,29
Búsqueda de experiencias	6,36	2,81	2,17	21,98
Búsqueda de aventuras y emociones	5,77	2,19	-0,04	-0,71
Desinhibición	5,37	2,42	0,24	-0,86
Susceptibilidad al aburrimiento	4,54	2,30	0,57	-0,61
Búsqueda de Sensaciones	22,05	7,58	0,25	-0,00
Consumo de riesgo	1,13	1,74	2,06	4,67
Síntomas de dependencia	0,51	1,28	3,73	18,38
Consumo perjudicial	1,06	2,22	3,00	11,26
Consumo de alcohol	2,70	4,51	2,68	9,93

Nota: \bar{X} = media aritmética; DS: Desviación estándar; g_1 = Asimetría; g_2 = Curtosis



Tabla 2. Análisis de correlaciones de las actitudes, la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol

Variables	A	B	C	D	E	F
Actitudes al consumo	1	,366**	,540**	,390**	,354**	,493**
Búsqueda de Sensaciones		1	,295**	,250**	,231**	,298**
Consumo Riesgoso			1	,632**	,604**	,861**
Síntomas de dependencia				1	,581**	,813**
Consumo perjudicial					1	,889**
AUDIT						1

Nota: ** $p < .01$; A: Actitudes al consumo; B: Búsqueda de Sensaciones; C: Consumo Riesgoso; D: Síntomas de dependencia; E: Consumo perjudicial; F: AUDIT.

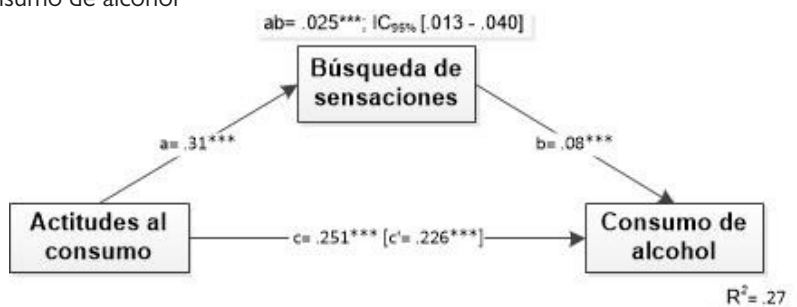
Además, un análisis de regresión lineal múltiple jerárquico (con las Actitudes ante el consumo como primer predictor, dado que guarda mayor relación), muestra que a la par logran explicar los cambios en la varianza en un 27%, lo cual es significativo para contemplar como un modelo predictor adecuado del consumo de alcohol ($F = 159.94$; $p < .001$).

Análisis de mediación

Se probaron dos modelos de predicción y de mediación. El primero como se ob-

serva en la figura 1 corresponde al modelo mediador de la BS en la relación de causa y efecto entre las Actitudes al Consumo y el Consumo de Alcohol. Este modelo surge a partir de que las Actitudes ante el Consumo guardan mayor relación con el Consumo de alcohol que la BS. En este modelo se observa que las Actitudes ante el consumo presentan no solo un efecto directo (c') en el Consumo de alcohol, sino también de uno indirecto y significativo (ab) a través de la BS. Sin embargo, dado que el efecto directo sigue siendo significativo ($p < .001$) el efecto mediador de la BS es parcial.

Figura 1. Modelo de mediación de la Búsqueda de Sensaciones en las Actitudes al consumo y el Consumo de alcohol



Nota: *** $p < .001$; c = efecto total; c' = efecto directo; ab , a , b ; efectos indirectos; IC 95%: Intervalos de confianza al 95%; ds: desviación estándar; R²: Coeficiente de determinación no estandarizado



Algo similar sucede al probar el modelo propuesto por Peñacoba Puente y otros (2008) como se observa en la figura 2, en el que en la relación de BS y Consumo de alcohol median las actitudes ante el consumo. También se observa que el efecto ab es significativo y que c' al ser significativo ($p < .001$) establece una suerte de mediación parcial igualmente.

A partir de esto cabe señalar, que el efecto indirecto del modelo 2 es superior al del modelo 1 y que el efecto total (c) es mayor en el modelo 1 que en el 2. Esto es debido a que las Actitudes ante el consumo tienen mayor asociación con el Consumo de alcohol que la BS, por lo que se puede considerar que el modelo 1 de mediación es mejor que el segundo.

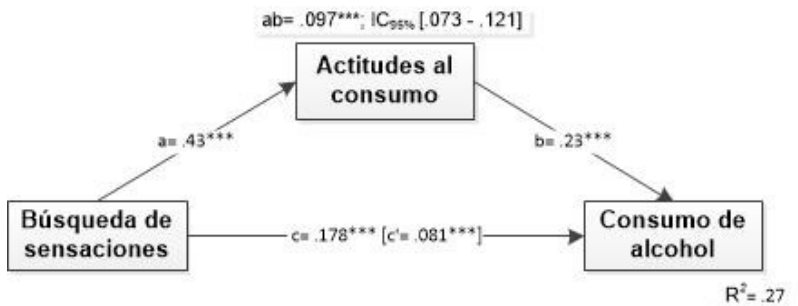
DISCUSIÓN

El objetivo del estudio es definir el efecto mediador de la BS en la relación causa-efecto entre las Actitudes ante el consumo y el Consumo de alcohol en una muestra de adolescentes ecuatorianos.

El análisis descriptivo muestra que los participantes presentan actitudes desfavorables al consumo de alcohol, así como bajo consumo de alcohol de manera generalizada, con una presencia moderada de BS. Los hallazgos del estudio en muestra ecuatoriana concuerdan con lo que informan otras investigaciones para actitudes al consumo (Vargas & Bittencourt, 2013; Mayorga-Lascano *et al.*, 2019; Moreta-Herrera *et al.*, 2020); consumo de alcohol (Patrick & Schulenberg, 2014; Arrijo Morales *et al.*, 2017; Morello *et al.*, 2017; Ramón Durán & Dávila Pontón, 2018; Moreta-Herrera *et al.*, 2020) y BS (Alcázar, Verdejo, Bouso, & Ortega, 2015; Steinberg *et al.*, 2018). Estos resultados son relevantes a la hora de generar políticas o acciones de prevención, puesto que el desafío que se plantea, no se asocia únicamente en lograr una baja en el consumo, sino que se consiga que la BS (algo propio en los adolescentes) no se vinculen con las generadas por el consumo de sustancias.

En cuanto a los análisis de correlación, se muestra que las Actitudes al consumo, y la BS se correlacionan con el consumo de alcohol entre los adolescentes (aunque

Figura 2. Modelo de mediación de las Actitudes al consumo en la Búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol



Nota: *** $p < .001$; c = efecto total; c' = efecto directo; ab_1 y ab_2 : efectos indirectos; IC 95%: Intervalos de confianza al 95%, ds : desviación estándar; R^2 : Coeficiente de determinación no estandarizado



con mayor relevancia con las Actitudes al Consumo). Los resultados encontrados en esta muestra son similares a los estudios previos para las actitudes al consumo (García del Castillo *et al.*, 2012; McAlaney *et al.*, 2015; Patrick, Wray-Lake & Maggs, 2017; Telumbre-Terrero *et al.*, 2017; Mayorga-Lascano *et al.*, 2019) y la BS (MacPherson, Magidson, Reynolds, Kahler, & Lejuez, 2010; Quinn & Harden, 2013; González-Iglesias, Gómez-Fraguela, Gras, & Planes, 2014; Latorre, Cámara, & García, 2014; Ibáñez *et al.*, 2015; Thornton *et al.*, 2019). Esto plantea la necesidad de revisar las concepciones sociales respecto a percibir el riesgo frente al consumo de alcohol en adolescentes basado en la BS y las actitudes favorables hacia el consumo, esto porque tanto Actitudes ante el consumo como BS se encuentran bastante relacionados en esta etapa (Hassan, Vinodkumar & Vinod, 2017; Chomsri, Likhitsathian, Aramrattana & Sivoiroj, 2018).

Además, el análisis de regresión lineal múltiple jerárquico muestra que las Actitudes al consumo y la BS forman en conjunto un modelo de predicción del consumo de alcohol que logra explicar el 27% de los cambios en la varianza y que estas variables aportan significativamente al modelo propuesto. Este hallazgo parcialmente concuerda con lo revisado por Peñacoba Puente y otros (2008), al determinar que estas variables son predictoras del consumo de drogas en general, aunque no de manera específica hacia el alcohol.

Sobre los modelos de mediación, se encontró que la BS es una variable medidora parcial en la relación de Actitudes al consumo y Consumo de alcohol (modelo 1); si bien es cierto que las Actitudes ante el consumo también es mediadora entre la BS y el consumo según lo propuesto por Peñacoba Puente y otros (2008), se percibe que exis-

te una mejor configuración predictora en el modelo 1, debido a que la relación con el consumo de alcohol es más fuerte con las Actitudes al consumo (ver tabla 2). Estos hallazgos al momento no cuentan con estudios referenciales previos que permitan corroborar o no los resultados, por lo que las conclusiones emitidas deben ser tomadas con cautela. El análisis de mediación con el método de Hayes (2013; 2018) también permite determinar que la mediación de la BS es de nivel parcial, esto porque el efecto directo (c') a pesar de que se reduce por el efecto indirecto (ab) provocado no hace que deje de ser significativo ($p < .001$).

Entre las implicaciones del estudio se encuentra que este modelo de mediación parcial permite comprender la solidez de la relación entre las Actitudes al consumo y el Consumo de alcohol en adolescentes, que a pesar de la intervención de la BS, el efecto directo (c') aunque disminuye del total (c), sigue siendo significativo. Esto lleva a una reflexión respecto a las posibilidades de abordar el consumo de alcohol en población adolescente estudiantil: de un lado, se plantea que los modelos preventivos habitualmente se orientan a la abstinencia de los consumos, bajo discursos dominantes que enfatizan información de salud o acciones pedagógicas orientados al cambio conductual (Hernández Zambrano, 2016). De otro lado, resulta indispensable reconocer a los adolescentes como sujetos de derechos, que poseen saberes sobre los consumos, que requieren ser reconocidos, dialogados y compartidos en distintos espacios sociales, en particular, desde contextos académicos (Freire, 1975). Esto último supone la adopción de una educación crítica que rechace discursos que sean contradictorios para los adolescentes (minimización vs lo demonizado del consumo de alcohol) y que les pro-



vea de información sobre cómo responder en instancias que les permitan la toma de decisiones. Pero también que trabaje sobre el conocimiento del funcionamiento de sus respuestas y necesidades psicológicas a fin de que puedan ser constructivas en el manejo de las conductas de consumo.

Limitaciones y recomendaciones a futuro

Una de las limitaciones del estudio se basa en el uso de la evaluación a través de autorreportes en adolescentes, que bien pudieron minimizar o disimular los patrones de consumo de alcohol o que se hayan activado sesgos tales como la percepción de invulnerabilidad. Por lo que a futuro se requieren estudios de seguimiento y control a fin de identificar alteraciones en el patrón de respuesta. Por otro lado, futuros estudios requieren incorporar la percepción de otros agentes socializadores (tales como docentes, padres, entre otros) sobre la relación entre las actitudes y el consumo de alcohol, considerando igualmente variables intervinientes específicas en adolescentes, como las consideradas en el presente estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I., & Cote, N. (2008). Attitudes and the prediction of behavior. En W. Crano, & R. Prislin (Edits.), *Attitudes and attitude change* (págs. 289-311). New York: Psychology Press.
- Alcázar, M. Á., Verdejo, A., Bouso, J. C., & Ortega, J. (2015). Búsqueda de sensaciones y conducta antisocial. *Anuario de psicología jurídica*, 25(1), 75-80. <https://doi.org/10.1016/j.apj.2015.01.003>
- Arrijo Morales, G., Frari Galera, S., Gargantúa Aguila, S., de Ávila Arroyo, M., & Morales Castillo, F. (2017). Factores de riesgo para el consumo de alcohol en adolescentes. *Rev. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog*, 13(1), 22-29.
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059. <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Chomsri, P., Likhitsathian, S., Aramrattana, A., & Siviroj, P. (2018). Self-efficacy, sensation seeking, right attitude, and readiness to change among alcohol drinkers in a Thai vocational school. *Addictive behaviors reports*, 107-112. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.08.006>
- Cooke, R., Dahdah, M., Norman, P., & French, D. P. (2016). How well does the theory of planned behaviour predict alcohol consumption? A systematic review and meta-analysis. *Health psychology review*, 10(2), 148-167. <https://doi.org/10.1080/17437199.2014.947547>
- Dempsey, R. C., McAlaney, J., Helmer, S. M., Pischke, C. R., Akvardar, Y., Bewick, B. M., ... Van Hal, G. (2016). Normative perceptions of cannabis use among European university students: associations of perceived peer use and peer attitudes with personal use and attitudes. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 77(5), 740-748. <https://doi.org/10.15288/jsad.2016.77.740>
- Freire, P. (1975). *Pedagogía del Oprimido*. México: Siglo XXI.
- Gaete, J., Olivares, E., Rojas-Barahona, C. A., Rengifo, M. J., Labbé, N., Lepe, L., ... Chen, M. Y. (2016). Consumo de tabaco y alcohol en adolescentes de 10 a 14 años de la ciudad de San Felipe,



- Chile: prevalencia y factores asociados. *Revista médica de Chile*, 144(4), 465-475. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872016000400007>
- García del Castillo, J. A., Díaz, P. C., Díaz-Pérez, J., Sofía Bastos, A., García del Castillo-López, Á., López-Sánchez, C., & Maciá, D. (2012). Adaptation of scales of attitudes toward tobacco, alcohol and other drugs to portuguese adolescents / Adaptación de las escalas de actitudes hacia el tabaco, el alcohol y otras drogas en adolescentes portugueses. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 12(1), 79-99. <https://doi.org/10.21134/haaj.v12i1.11>
- Gaume, J., Heather, N., Tober, G., & McCambridge, J. (2018). A mediation analysis of treatment processes in the UK Alcohol Treatment Trial. *Journal of consulting and clinical psychology*, 86(4), 321-329. <https://doi.org/10.1037/ccp0000287>
- González-Iglesias, B., Gómez-Fraguela, J. A., Gras, M. E., & Planes, M. (2014). Búsqueda de sensaciones y consumo de alcohol: El papel mediador de la percepción de riesgos y beneficios. *Anales de psicología*, 30(3), 1061-1068. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.170831>
- Hassan, T., Vinodkumar, M. N., & Vinod, N. (2017). Role of sensation seeking and attitudes as mediators between age of driver and risky driving of powered two wheelers. *Journal of safety research*, 62, 209-215. <https://doi.org/10.1016/j.jsr.2017.06.019>
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Nueva York, NY: Guilford Press.
- Hayes, F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis* (2nd ed.).
- Hernández Zambrano, S. (2016). Pedagogía crítica para reducir el consumo de riesgo de alcohol entre adolescentes. *Enfermería Comunitaria, Revista Internacional de Cuidados de Salud Familiar y Comunitaria*, 12(2), <http://www.index-f.com/comunitaria/v12n2/ec11391.php>
- Hoyle, R. H., Stephenson, M. T., Palmgreen, P., Lorch, E. P., & Donohew, R. L. (2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation seeking. *Personality and Individual Differences*(32), 401-414. [https://doi.org/10.1016/s0191-8869\(01\)00032-0](https://doi.org/10.1016/s0191-8869(01)00032-0)
- Ibáñez, M. I., Camacho, L., Mezquita, L., Villa, H., Moya-Higueras, J., & Ortet, G. (2015). Alcohol expectancies mediate and moderate the associations between Big Five personality traits and adolescent alcohol consumption and alcohol-related problems. *Frontiers in Psychology*, 6(1838), <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01838>
- IBM Corp. (2012). *IBM SPSS Statistics for Windows*. Armonk, NY: IBM Corp.
- Latorre, P. Á., Cámara, J. C., & García, F. (2014). Búsqueda de sensaciones y hábitos de tabaquismo, consumo de alcohol y práctica deportiva en estudiantes de Educación Secundaria. *Salud Mental*, 37(2), 145-152. <https://doi.org/10.17711/sm.0185-3325.2>
- Lea, T., Hammoud, M., Bourne, A., Maher, L., Jin, F., Haire, B., ... Prestage, G. (2019). Attitudes and Perceived Social Norms toward Drug Use among Gay and Bisexual Men in Australia. *Substance Use & Misuse*, 54(6), 944-954. <https://doi.org/10.1080/10826084.2018.1552302>
- Liang, W., & Chikritzhs, T. (2015). Age at first use of alcohol predicts the risk of heavy alcohol use in early adulthood: A longitudinal study in the United States.



- International Journal of Drug Policy*, 26(2), 131-134. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2014.07.001>
- López-Sánchez, C., García del Castillo, J., Mira, J., & Estévez, C. (2000). Validación de escalas de actitudes hacia el tabaco, el alcohol y otras drogas. En J. Fernández, J. Herrero, & A. Bravo (Edits.), *Intervención psicosocial y comunitaria: la promoción* (págs. 283-286). Madrid: Biblioteca Nueva.
- MacPherson, L., Magidson, J. F., Reynolds, E. K., Kahler, C. W., & Lejuez, C. W. (2010). Changes in sensation seeking and risk-taking propensity predict increases in alcohol use among early adolescents. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 34(8), 1400-1408. <https://doi.org/10.1111/j.1530-0277.2010.01223.x>
- Mayorga-Lascano, M., Moreta-Herrera, R., León-Tamayo, L., & Troncozo-Guevara, B. (2019). Actitudes favorables y consumo de alcohol en adolescentes ecuatorianos. *Salud y drogas/health and addictions*, 19(2), 139-148. <https://doi.org/10.21134/haaj.v19i2.455>
- McAlaney, J., Helmer, S. M., Stock, C., Vriesacker, B., Van Hal, G., Dempsey, R. C., ... Bewick, B. M. (2015). Personal and perceived peer use of and attitudes toward alcohol among university and college students in seven EU countries: Project SNIPE. *Journal of studies of alcohol and drugs*, 76(3), 430-438. <https://doi.org/10.15288/jsad.2015.76.430>
- Merino-Soto, C., & Blas, E. S. (2017). Escala breve de búsqueda de sensaciones (BSSS): estructura latente de las versiones de 8 y 4 ítems en adolescentes peruanos. *Adicciones*, 30(1), 41-53. <https://doi.org/10.20882/adicciones.842>
- Morello, P., Pérez, A., Peña, L., Braun, S. N., Kollath-Cattano, C., Thrasher, J. F., ... Mejía, R. (2017). Factores de riesgo asociados al consumo de tabaco, alcohol y otras drogas en adolescentes escolarizados de tres ciudades de Argentina. *Archivos argentinos de pediatría*, 115(2), 155-159. <https://doi.org/10.5546/aap.2017.eng.155>
- Moreta-Herrera, R., Almache-Moya, A., Vargas-Espín, A., & Vaca-Quintana, D. (2020). Levels and patterns of alcohol use, and intervention needs in Ecuadorian teenagers. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(2), 422-431. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00197-9>
- Moreta-Herrera, R., Mayorga-Lascano, M., & Carrera-Aldás, J. (2019). Actitudes hacia el consumo de sustancias. Diferencias entre colegiales y universitarios en el Ecuador. *Revista Española de Drogodependencias*, 44(3), 13-26.
- Moreta-Herrera, R., Rodas, J., & Lara-Salazar, M. (2020). Factor validity of Alcohol use Disorders Identification Test (AUDIT) using robust estimations in Ecuadorian adolescents. *Alcohol & Alcoholism*, Advanced. <https://doi.org/10.1093/alcac/agaa126>
- Patrick, M. E., & Schulenberg, J. E. (2014). Prevalence and predictors of adolescent alcohol use and binge drinking in the United States. *Alcohol research: current reviews*, 35(22), 193-200.
- Patrick, M. E., Wray-Lake, L., & Maggs, J. L. (2017). Early life predictors of alcohol-related attitudes among 11-year-old never drinkers. *Addictive behaviors*, 66, 26-32. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.10.025>
- Peñacobá Puente, C., González Gutiérrez, J., Abellán, I., & López López, A. (2008). Sensation Seeking, Attitudes Toward



- Drug Use, and Actual Use Among Adolescents: Testing a Model for Alcohol and Ecstasy Use. *Substance Use & Misuse*, 43(11), 1615-1627. <https://doi.org/10.1080/10826080802241151>
- Quinn, P. D., & Harden, K. P. (2013). Differential changes in impulsivity and sensation seeking and the escalation of substance use from adolescence to early adulthood. *Development and psychopathology*, 25(1), 223-239. <https://doi.org/10.1017/S0954579412000284>
- Ramón Durán, K., & Dávila Pontón, Y. (2018). *Consumo de alcohol en adolescentes de bachillerato Estudio en el Colegio César Dávila Andrade (Trabajo de titulación de pregrado)*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Rubio, G., Bermejo, J., Cabellero, M., & Santo Domingo, J. (1998). Validación de la prueba para la identificación de trastornos por uso de alcohol (AUDIT) en atención primaria. *Revista Clínica Española*, 198, 11-14.
- Saunders, J., Aasland, O., Babor, T., De la Fuente, J., & Grant, M. (1993). Development of the Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT): WHO collaborative project on early detection of persons with harmful alcohol consumption-II. *Addiction*, 88, 791-804. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.1993.tb02093.x>
- Steinberg, L. I., Shulman, E. P., Breiner, K., Chein, J., Bacchini, D., ..., & Fanti, K. A. (2018). Around the world, adolescence is a time of heightened sensation seeking and immature self-regulation. *Developmental science*, 21(2), e12532. <https://doi.org/10.1111/desc.12532>
- Studer, J., Baggio, S., Deline, S., N'Goran, A. A., Henchoz, Y., Mohler-Kuo, M., . . . Gmel, G. (2014). Peer pressure and alcohol use in young men: A mediation analysis of drinking motives. *International Journal of Drug Policy*, 25(4), 700-708. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2014.02.002>
- Tanner-Smith, E. E., & Lipsey, M. W. (2015). Brief alcohol interventions for adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of substance abuse treatment*, 51, 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.jsat.2014.09.001>
- Telumbre-Terrero, J., Esparza-Almanza, S., Alonso-Castillo, B., & Alonso-Castillo, M. (2017). Actitudes hacia el consumo de alcohol y consumo de alcohol en estudiantes de enfermería. *Investigación en Enfermería. Imagen y Desarrollo*, 19(2), 69-81. <https://doi.org/10.11144/Javerian>
- Thornton, L. C., Frick, P. J., Ray, J. V., Wall Myers, T. D., Steinberg, L., & Cauffman, E. (2019). Risky sex, drugs, sensation seeking, and callous unemotional traits in justice-involved male adolescents. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 48(1), 68-79. <https://doi.org/10.1080/15374416.2017.1399398>
- Vargas, D., & Bittencourt, M. N. (2013). Alcool e alcoolismo: atitudes de estudantes de enfermagem. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 66(1), 84-89. <https://doi.org/10.1590/s0034-71672013000100013>
- World Health Organization [WHO]. (1992). *AUDIT. The Alcohol Use Disorders Identification Test: guidelines for use in primary health care*. Geneva: WHO.
- World Health Organization [WHO]. (2014). *Global status report on alcohol and health 2014*. Geneva: WHO Press.
- Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. New York, NY: Cambridge University Press.