

Málaga
2019
del 7 al 9 de marzo

1st International Congress XLVI JORNADAS NACIONALES DE SOCIDROGALCOHOL

SOCIDROGALCOHOL
Sociedad Científica Española
de Estudios sobre el Alcohol,
el Alcoholismo y las otras Toxicomanías



viu Universidad
Internacional
de Valencia

Diferentes patrones de Consumo Intensivo de Alcohol en estudiantes universitarios: rasgos y facetas de la personalidad



P. Motos Sellés
Área de Educación.
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE VALÈNCIA

M.T. Cortés Tomás
J.A. Giménez Costa
Dpto. Psicología Básica. Facultad de Psicología.
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

B. Martín del Río
Facultad de Psicología.
UNIVERSIDAD MIGUEL
HERNÁNDEZ DE ELCHE

INTRODUCCIÓN

Existen factores de personalidad que se encuentran relacionados con la práctica del Consumo Intensivo de Alcohol (CIA) entre la población universitaria, patrón de consumo asociado a graves implicaciones biopsicosociales.

Generalmente de este colectivo se ha señalado su elevada Impulsividad (Motos et al., 2015) y Búsqueda de Sensaciones (Adan et al., 2017). No obstante, en los últimos años se han identificado otros rasgos de personalidad que podrían estar influyendo en su conducta de consumo (Hakulinen y Jokela, 2018).

OBJETIVO

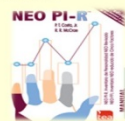
Explorar la relación de diferentes dimensiones y facetas de la personalidad en función del nivel de gravedad del CIA.

MATERIAL Y MÉTODO

N=601 estudiantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche

18-20 años
(64.1% mujeres)

1) Autoregistro del patrón de consumo



2) Adaptación española del NEO-PI-R.

CIA → 7UBEs* o superior, intervalo de 2 horas
6UBEs* o superior

* Unidades de Bebida Estándar (1UBE=10 gr. alcohol)

Los grupos CIA se establecieron de dos análisis de conglomerados, uno para cada sexo, según la cantidad de alcohol ingerida (UBEs) en una sesión de CIA y la frecuencia de consumo durante los últimos seis meses.

Se obtuvieron tres grupos de CIA por cada sexo:

	CIA1V (n=76)	CIA2V (n=18)	CIA3V (n=35)	CIA1M (n=140)	CIA2M (n=91)	CIA3M (n=24)
UBEs max./CIA	11.63	15.72	29.09	9.21	17.85	24.92
Frec. CIA/6m	4.36	27.94	10.51	3.45	10.54	26.13

Nota: CIA1V= Grupo 1 CIA varones; CIA2V= Grupo 2 CIA varones; CIA3V= Grupo 3 CIA varones; CIA1M= Grupo 1 CIA mujeres; CIA2M= Grupo 2 CIA mujeres; CIA3M= Grupo 3 CIA mujeres.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

	CIA1V	CIA2V	CIA3V	CIA1M	CIA2M	CIA3M	NoCIAM	NoCIAV
Neuroticismo	85.96	79.82	90.86	96.64	93.97	100.25	94.21	86.64
Impulsividad	17.2	17.06	18.57	17.46	17.92	20.83	17.26	16.48
Responsabilidad	107.68	101.71	103.54	112.34	107.03	103.75	116.11	112.8
Necesidad de logro	18.43	17.83	18.6	19.53	19.23	19.08	20.46	19.86
Reflexión/Deliberación	16.49	14.18	14.51	17.55	15.67	14.67	18.15	17.25
Búsqueda emociones	17.47	18.18	19.03	16.34	17.44	17.71	16.18	17
Altruismo	21.35	18.22	21.29	21.78	22.14	21.88	22.64	21
Franqueza	16.27	15.06	16.49	18.44	18.67	17.92	18.76	18
Sensibilidad a los demás	20.49	18.71	21.06	22.23	22.55	23.08	22.92	20.64

Tabla 1. Puntuaciones medias de las dimensiones y facetas de personalidad según el tipo de CIA.

Según la tabla 1, en la dimensión de Neuroticismo, todas las chicas CIAs manifiestan niveles superiores con respecto a los chicos ($p<.048$). También destacan las mujeres más intensivas en Impulsividad con respecto al resto de grupos ($p<.029$).

En relación con la Responsabilidad, los grupos de chicos y chicas CIAs más intensivos muestran menores niveles en la mayoría de sus facetas en comparación con las chicas noCIA ($p<.05$).

Además, los varones CIAs que ingieren cantidades mayores presentan una mayor Búsqueda de Emociones en comparación con las mujeres menos intensivas y las chicas noCIA ($p<.006$).

Por último, los chicos que realizan CIA con mayor regularidad manifiesta menor Altruismo, Franqueza y Sensibilidad a los Demás que todas las mujeres ($p<.028$).

Se recomienda desarrollar intervenciones que atiendan a la gravedad de este patrón de consumo. Concretamente, en los grupos CIA más intensivos se debería trabajar algunas facetas de la dimensión de Responsabilidad, como Reflexión, Deliberación o Necesidad de Logro, para desarrollar habilidades de resolución de conflictos, la escucha activa y la motivación de logro. En las mujeres CIA sería relevante trabajar la Inteligencia Emocional, ya que favorece una respuesta adaptativa. Sin olvidar una intervención en el control de impulsos entre las consumidoras más intensivas.

También sería importante promover en los varones que consumen mayores cantidades actividades deportivas para ayudar a que experimenten nuevas sensaciones y experiencias de manera saludable. Entre los chicos que realizan CIA con mayor asiduidad se debería guiar la intervención hacia estrategias que trabajen los valores prosociales, que fomenten la empatía y su preocupación por el bienestar de los demás.