

ACTITUD HACIA EL CONSUMO DE ALCOHOL Y CREENCIAS IRRACIONALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE EL SALVADOR

*Diego Rivera, Wilber Castellón, José Calderón, Jonathan Campos
Leslie Gómez y Andrea Molina.¹*

Palabras Clave: Actitud, Consumo de alcohol, Creencias irracionales.

INTRODUCCIÓN

El devenir histórico ha convertido al alcohol en una sustancia ampliamente utilizada y con una enorme aceptación en casi todos los rituales sociales vinculados a la cultura occidental (Blum, 1973, citado en Pons y Berjano, 1999; Giró, 2007; Ortega, Mínguez y Pagan, 1993). Pons y Berjano (1999) sostienen que para comprender las causas del consumo de alcohol se deberá establecer con anticipación el marco de referencia del individuo en cuanto a actitudes, escala de valores y estilo de vida.

Otros investigadores respaldan que el ambiente familiar y cultural propicia los contenidos cognitivos: creencias propias y filosofías de vida (Jiménez, Beamonte, Marqueta, Gallardo y Nerín, 2009 citados en Bagué y otros, 2014). De tal manera que las creencias cuando se manifiestan en la vida de las personas a través de acciones, pueden influir positiva o negativamente en los diferentes ámbitos, específicamente en los hábitos de salud (Carbonero, Martín y Feijó, 2010, citados en Bagué y otros, 2014).

Es por ello, que se pueden considerar dos factores fundamentales para entender el consumo de alcohol entre los adolescentes y adultos tempranos (jóvenes): 1-Las actitudes y 2-Las creencias irracionales. A continuación, se detalla una explicación de cada variable y su posible relación entre sí.

Allport (1935, citado en Hogg y Vaughan, 2008) define a la actitud como la fuerza dinámica que predispone la conducta y que se aprende en los contextos sociales, permaneciendo implícita en el individuo, distinguiéndose de otros factores predisponentes porque implica una respuesta de tipo evaluativo hacia un objeto.

Su constitución se establece por fases según el modelo que plantean Fazio y Williams (1986): 1-Activación de la actitud. 2-Percepción selectiva y 3-Normas sociales; en donde la

¹ Miembros del Equipo de Investigación “Adolescencia, juventud y salud mental” de la Facultad de Posgrados y Educación Continua de la Universidad Dr. José Matías Delgado (El Salvador), dirigido por Wilber Castellón, Ph. D.

fuerza de la expresión en conducta, será mayor cuanto más experiencia directa se haya obtenido con el objeto juzgado.

Tal y como lo definen Pons y Berjano (1999), el término consumo “contempla únicamente la ingesta actual, aislada de otras ingestas pasadas o futuras” (p. 32), sin por ello pasar a un abuso o una utilización masiva del mismo. Además, atribuyen que su causa se puede basar al redefinirlo como una problemática global, es decir, a una serie de interrelaciones e interdependencias entre los sistemas. Ellos también consideran que entre los diversos tipos de actitudes hacia el consumo de alcohol, se encuentran:

1) Actitud Preventiva: Se refiere a las concepciones alusivas a la necesidad de establecer medidas preventivas del abuso de alcohol, así como a la existencia de relaciones entre esta conducta y determinadas variables indicadoras de desajuste social.

2) Actitud Permisiva: Se relaciona con el mantenimiento de actitudes indulgentes ante el consumo abusivo de bebidas alcohólicas. En cierta manera, el aparente efecto de mayor diversión y animación, derivado de la ingesta de bebidas alcohólicas, justifica su uso.

3) Consecuencias Negativas: Refleja el reconocimiento de que la ingesta continuada de bebidas alcohólicas acarrea el riesgo de determinados efectos negativos de índole social y sanitaria, expresados éstos de manera genérica.

4) Facilitación Social: Esta actitud corresponde a aquellos que perciben el alcohol como un vehículo de las relaciones sociales y de la integración grupal. El hecho de beber alcohol puede significar para algunos, una manera de integrarse más fácilmente en el grupo de iguales y de establecer determinado tipo de relaciones sociales.

5) Actitud Evasiva: Se refiere a una percepción del consumo de alcohol basada en la indulgencia y en la minimización de sus consecuencias negativas, pero apoyada sobre todo en la “justificación” aportada por sus efectos evasivos. El efecto de refuerzo negativo ocurrido como consecuencia de los efectos ansiolíticos del alcohol, estaría en la base de este tipo de creencias.

Cabe detallar que la expresión de dichas actitudes depende de la etapa psicológica que atraviese el individuo. Por ejemplo, se considera que la adolescencia es un periodo del ciclo vital crítico y de riesgo, ya que hay curiosidad y fascinación por experimentar nuevas emociones, por ende, puede haber indicios de uso de sustancias como alcohol, tabaco, entre otras (Asociación Americana de Psicología [APA], 2013; Carrasco, 2004; Moral y otros, 2006, citados en Bagué y otros, 2014).

No obstante, Newcomb y Bentler (1988, citados en Pons y Berjano, 1999) arguyen que el consumo habitual de alcohol está asociado con un acelerado desarrollo, más que con un retraído desarrollo del adolescente. Desde esta perspectiva, los adolescentes que consumen alcohol hacen una transición prematura a los roles adultos de trabajo y familia sin haber recibido formación adecuada y suficiente para desenvolverse con éxito; de tal manera que no siguen la típica secuencia de escuela, trabajo y familia.

En lo que respecta a la adultez temprana, se considera que los roles a cumplir son: empleado, cónyuge y padre, y es justamente en esta etapa en la cual, pueden adquirirse y sostenerse hábitos saludables o dañinos. De hecho cuando están con pares, especialmente en la universidad, los jóvenes se alientan más al consumo de alcohol. De acuerdo a lo anterior, parece que la emoción y los beneficios derivados del consumo de alcohol, pesan más que los peligros, ya que hay cierta tendencia a ignorar los consejos de los adultos intermedios y tardíos. Tal es el caso del beneficio que se produce para reducir la ansiedad social, sin tomar en cuenta las complicaciones a futuro por ello (Berger, 2007).

Fernández y Secades (2001) proponen que la adquisición y mantenimiento de actitudes positivas hacia el consumo de alcohol están basados en un modelo Biopsicosocial, donde lo más relevante es la relación directa con el establecimiento de paradigmas y creencias que afectan las actitudes. Según Caballo (2001, citado en Medrano, Galeano, Galera y del Valle, 2010) los factores cognitivos tienen un gran poder explicativo y predictivo, ya que las conductas, emociones y cogniciones funcionan como fenómenos interdependientes. Por ello, de acuerdo a Riso (2009, citado en Medrano y otros, 2010) tanto las conductas disfuncionales como las emociones excesivas o deficientes, no provienen de una situación objetiva sino de las interpretaciones y creencias que se hacen sobre dicha situación.

Las creencias forman parte del modelo teórico que ha propuesto Albert Ellis (1958, 2003, citado en Chaves y Quiceno, 2010), cuyo énfasis son los diferentes tipos de contenido esquemático. Desde esta perspectiva tanto las representaciones mentales como las creencias pueden considerarse como agentes causantes del comportamiento. Por consiguiente, las cogniciones son centrales en la etiología y desarrollo de los trastornos emocionales, conductuales e interpersonales.

Tal y como lo plantea Albert Ellis (1981, citado en Carbonero, Martín y Feijó, 2010) las creencias pueden ser expresadas de dos formas, siendo racionales o irracionales. Las racionales

conciernen la expresión en forma de deseos o preferencias, flexibles, lógicas y modificables, que posibilitan que las personas logren sus metas; mientras que las creencias irracionales comprenden la expresión en forma de una obligación, necesidad imperiosa o exigencia no verificable que impiden o dificultan la consecución de objetivos. En sí, las creencias irracionales son un tipo de manifestaciones dogmáticas y absolutas que, al no ser obtenidas, provocan emociones negativas e inadecuadas y alteraciones de conducta que interfieren en la consecución de nuevas metas (Carbonero y otros, 2010), llegando de este modo a dificultar el funcionamiento eficaz del individuo (Lega, Caballo y Ellis, 1997, citados en Bermejo y Prieto, 2005).

Ellis ha descrito 11 ideas irracionales con la explicación de que muchas de estas; son transmitidas culturalmente, a parte de las tendencias innatas hacia este aspecto que poseen los seres humanos, o de que también hay una persistencia en lo referente a regresar a patrones disfuncionales que se derivan como producto del sobre aprendizaje de las creencias irracionales (Navas, 1981). Sin embargo, estas creencias irracionales pueden sintetizarse básicamente en tres: a) ser competente y ser aprobado y aceptado por cualquier persona relevante en la vida; b) los demás deberían tratarlo a uno con cariño, cuando uno quisiera; y c) se necesita y se debe poseer aquellas cosas que realmente se quieren (Becoña, Vázquez y Oblitas, 2008).

Por su parte, Calvete y Cardeñoso (1999) especifican 8 tipos de creencias irracionales, las cuales se consideran para el presente estudio. Entre estas se encuentran:

- 1) Necesidad de aprobación: es necesario tener el apoyo y aprobación de todos los demás.
- 2) Altas autoexpectativas: hay que ser competente en todos los aspectos de la vida, basando su valor como persona en logros y éxitos.
- 3) Culpabilización: culpar y castigar a quienes cometan errores o presenten mala conducta, incluso a uno mismo.
- 4) Control emocional: pensar que su infelicidad u otras emociones negativas son causadas por otras personas o sucesos, y que estos tienen que cambiar para sentirse mejor porque uno no tiene control sobre ello.
- 5) Evitación de problemas: es más sencillo evitar algunas dificultades y responsabilidades para realizar mejor actividades más agradables.
- 6) Dependencia: es sentir poca capacidad de asumir decisiones propias y apoyarse siempre de alguien más fuerte.
- 7) Indefensión ante el cambio: el individuo es el resultado de su historia pasada y poco se puede hacer por superar sus efectos.
- 8) Perfeccionismo: siempre hay una solución única y perfecta para cada problema, y la satisfacción radica en encontrarla o de lo contrario se fracasará.

Cabe detallar que las creencias irracionales se desarrollan porque la persona consciente o inconscientemente, escoge convertirse a sí misma en una neurótica, puesto que su forma de pensar es ilógica y poco realista; llegando a evaluarse a sí misma, a los demás y al mundo de una forma rígida (Ellis y Lega, 1993). A través del Modelo ABC, Ellis propone que un evento (A) puede activar el pensamiento irracional o anticientífico (B), causando la perturbación conductual y emocional (C). Lo cual; puede cambiar si la persona aprende a pensar de manera científica; a través de la disputa (D), es decir, planteando hipótesis o suposiciones plausibles, para luego experimentar y comprobar que son correctas o incorrectas, y de este modo mantenerlas o refutarlas (Becoña y otros, 2008; Ellis y Grieger, 2003; González, 1999). Aunado a ello, Ellis (1978, citado en Bermejo y Prieto, 2005) considera que, si bien puede haber situaciones que son intrínsecamente estresantes, en la mayoría de estas, las personas llegan a crear sus propios sentimientos negativos por el hecho de tener ciertas creencias sobre ello. De ahí que Forman (1994, citado en Bermejo y Prieto, 2005) detalle que las creencias irracionales pueden actuar de tal manera que exacerbe los estresores presentes en el ambiente.

Tal y como confirman Bermúdez (2000) y Vernieri (2006) la autocrítica extrema en un sujeto, conlleva a una evaluación constante de sí mismo, de su comportamiento, de sus sentimientos y de su imagen, generando un desgaste emocional, considerándose como factor que facilita el riesgo de consumo de alcohol (actitud permisiva). Se ha investigado que los adolescentes tardíos que se sienten poco valorados por sus padres presentan más consumo de alcohol desde la adolescencia temprana (Cárdenas, 1991; Pinazo, Pons y Carreras, 2002, citados en Rodríguez y Caño, 2012). Asimismo las actitudes en la adolescencia como variable predictora del consumo de alcohol en la edad adulta, ha sido una variable estudiada ampliamente en la psicología social; sosteniendo que los efectos hedonistas y facilitadores (disponibilidad) del alcohol, funcionan como fuentes reforzadoras del establecimiento cognitivo positivo hacia la ingesta (Fazio y Williams, 1986).

Otras investigaciones demuestran que la tolerancia social al consumo de alcohol es uno de los factores que ha provocado su ingesta (Ortega, Mínguez y Pagán, 1993, citados en Moreno, 2006). A esta tolerancia social se le asocia una infravaloración o desconocimiento de los peligros para la salud por ingerirlo. No obstante, una cultura que sea tolerante con los adolescentes y adultos tempranos con escasa percepción de los peligros del alcohol, genera un medio propicio para el incremento de ingesta.

Tomando en cuenta todo lo anterior, cabe valorar que a pesar de que se han realizado diversos estudios sobre las actitudes hacia el consumo de alcohol, son muy pocas las investigaciones que abordan explícitamente el vínculo entre las actitudes hacia el consumo de alcohol y las creencias irracionales, de tal manera que se considera importante brindar un aporte al respecto. A partir de los hallazgos y de la literatura revisada sobre el tema, surge el interés por aclarar y ampliar la investigación con el fin de construir un cuerpo de conocimientos psicológicos. Es así como se plantea el siguiente problema: ¿Existe relación entre las actitudes hacia el consumo de alcohol y las creencias irracionales?

Aunado a dicha cuestión, surgen las hipótesis para dar una posible explicación a tal fenómeno. Entre estas se encuentran: H1: A mayor actitud preventiva hacia el consumo de alcohol, menor creencia irracional de control emocional. H2: A mayor actitud permisiva hacia el consumo de alcohol, mayor creencia irracional de necesidad de aprobación. H3: A mayor actitud de facilitación social hacia el consumo de alcohol, mayor creencia de necesidad de aprobación. H4: A mayor actitud evasiva hacia el consumo de alcohol, mayor creencia de indefensión ante el cambio.

OBJETIVOS

A continuación, se desglosan los objetivos de la investigación para dar respuesta al planteamiento del problema y comprobar las hipótesis:

Objetivo general:

Conocer las relaciones existentes entre las actitudes hacia el consumo de alcohol y las creencias irracionales.

Objetivos específicos:

Determinar la relación existente entre la actitud preventiva hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de control emocional.

Establecer la relación existente entre la actitud permisiva hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de necesidad de aprobación.

Conocer la relación existente entre la actitud de facilitación social hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de necesidad de aprobación.

Determinar la relación existente entre la actitud evasiva hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de indefensión ante el cambio.

MATERIAL Y MÉTODO

Muestra

En el estudio participaron 504 estudiantes, elegidos a través de una técnica no probabilística de muestreo intencional. La edad media fue de 22.35 años (D.T.=4.74). El 65.1% de los alumnos fueron mujeres (328) y el 34.7% fueron hombres (175).

Variables e instrumentos de medida

Las actitudes hacia el consumo de alcohol se evaluaron mediante la Escala ACTICOL-92 (Pons y Berjano, 1999) que consta de 32 ítems con un formato de respuesta de 4 (totalmente de acuerdo) a 1 (totalmente en desacuerdo) y establece racionalmente cinco factores diferentes: prevención, permisividad, consecuencias negativas, facilitación social y evasión. Para adaptar dicho instrumento a la población salvadoreña, se realizó una prueba piloto, siendo la consistencia interna de cada dimensión, de la siguiente manera: Actitud Preventiva (.799); Actitud Permisiva (.704); Consecuencias Negativas (.705); Facilitador Social (.356); y, Actitud Evasiva (.182). La confiabilidad de dicha escala original refleja un coeficiente de consistencia interna a partir del Alpha de Cronbach de 0.63 y la validez se representa por un 42.4% de la varianza total.

Las creencias irracionales se evaluaron a partir del Cuestionario de Creencias Irracionales (TCI) de Calvete y Cardeñoso (1999) que consta de 46 ítems con un formato de respuesta de 4 (estoy totalmente de acuerdo) a 1 (no estoy de acuerdo) y establece ocho factores: necesidad de aprobación, altas autoexpectativas, culpabilización, control emocional, evitación de problemas, dependencia, indefensión ante el cambio y perfeccionismo. La confiabilidad de dicha escala refleja un coeficiente de consistencia interna a partir del Alpha de Cronbach de 0.77 y la validez se representa por un 86.34% de la varianza total.

Procedimiento

Esta investigación con enfoque cuantitativo tiene un diseño no experimental del tipo correlacional transaccional (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010; Kerlinger, 1975). Para lograrlo, en primera instancia, se les explicó la naturaleza y el objetivo de la investigación a los Decanos de cada Facultad y los coordinadores de cada carrera, de tal manera que permitieron que aplicáramos de forma colectiva los instrumentos con las materias que reunieran la mayor cantidad de estudiantes de cada año y carrera específicamente. Se les

explicó a los estudiantes; el alcance de la investigación, indicándoles que la participación era voluntaria, procediendo así a la firma del consentimiento informado. Una vez obtenida la información, se calificaron los instrumentos, se elaboró la base y se procedió a realizar el correspondiente análisis estadístico en el programa SPSS. Para finalmente, generar la discusión y establecer las conclusiones.

RESULTADOS

Los resultados descriptivos que se detallan a continuación, incluyen datos globales, porcentajes y frecuencias sobre aspectos que pueden resultar de interés general, sin embargo, cabe aclarar que no se ha efectuado diferencias de medias, sino promedios, tales como: actitud hacia el consumo de alcohol y creencia irracional más representativa.

Entre las actitudes hacia el consumo de alcohol más representativas de la muestra, se encuentran: la preventiva y la de consecuencias negativas; mientras que las creencias irracionales más frecuentes son: perfeccionismo, altas autoexpectativas y culpabilización;

En cuanto a la comparación de promedios, considerando las hipótesis planteadas, las mujeres del estudio reflejaron mayor actitud preventiva hacia el consumo de alcohol (3.44), en contraposición a los hombres (3.37). En lo referente a la actitud permisiva, los hombres reflejaron un puntaje mayor (2.32) a diferencia de las mujeres (2.09), al igual que en la de facilitación social (1.80) y (1.57), y evasiva (1.80) y (1.69) respectivamente. Mientras que en lo concerniente a las creencias irracionales, los varones reflejaron mayor creencia irracional de control emocional (2.78) y las mujeres baja creencia irracional de control emocional (1.71), considerando que a menor puntaje poca presencia de dicha creencia irracional; asimismo con la de indefensión ante el cambio (2.08) y (2.02), y necesidad de aprobación (2.18) y (2.17) respectivamente. Cabe considerar que a partir de tales resultados, las diferencias en promedio no son tan marcadas pero es importante tomarlos en cuenta para dilucidar aspectos esenciales del objeto de estudio.

Entre los resultados más relevantes, a parte de los que aceptan o rechazan las hipótesis del estudio, se encontraron correlaciones significativas positivas entre la creencia irracional de “indefensión ante el cambio” con dos actitudes hacia el consumo del alcohol: “actitud permisiva” ($R=0.190$, $p<0.01$) y actitud de “facilitación social” ($R=0.194$, $p<0.01$). A la vez, se encontró una correlación significativa negativa entre la creencia de “dependencia” con una “actitud permisiva”

($R=-0.152$, $p<0.01$); la creencia de “perfeccionismo” con una “actitud permisiva” ($R=-0.143$, $p<0.01$) y “facilitación social” ($R=-0.159$, $p<0.01$). Todo ello, brinda un soporte empírico para dilucidar aspectos que permiten comprender de una forma más amplia las hipótesis que constituyen el elemento central de la investigación. A continuación, se presentan los análisis que permiten comprobar las hipótesis de investigación planteadas, a partir del coeficiente de correlación de Pearson.

En relación a la Hipótesis 1 que señala que “A mayor actitud preventiva hacia el consumo de alcohol, menor creencia irracional de control emocional”, el análisis estadístico a partir del coeficiente de correlación de Pearson muestra una correlación negativa significativa. Lo que permite inferir que se acepta dicha hipótesis, tal y como lo detalla la siguiente tabla:

Tabla 1. Correlación de Actitud preventiva hacia el consumo de alcohol con Creencia irracional de control emocional.

Variable		Creencia irracional de control emocional
Actitud preventiva hacia el consumo de alcohol	Correlación de Pearson	-.140**
	Significación Bilateral	.002

**La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

En lo concerniente a la Hipótesis 2 que indica que “A mayor actitud permisiva hacia el consumo de alcohol, mayor creencia irracional de necesidad de aprobación”, el análisis estadístico a partir del coeficiente de correlación de Pearson no muestra una correlación positiva significativa. Lo que permite inferir que se rechaza dicha hipótesis; tal y como lo detalla la siguiente tabla:

Tabla 2. Correlación de Actitud permisiva hacia el consumo de alcohol con Creencia irracional de necesidad de aprobación.

Variable		Creencia irracional de necesidad de aprobación
Actitud permisiva hacia el consumo de alcohol	Correlación de Pearson	-0.84
	Significación Bilateral	.065

En lo referente a la Hipótesis 3 que detalla que “A mayor actitud de facilitación social hacia el consumo de alcohol, mayor creencia de necesidad de aprobación”, el análisis estadístico a partir del coeficiente de correlación de Pearson no muestra una correlación positiva significativa. Lo que permite inferir que se rechaza dicha hipótesis, tal y como lo detalla la siguiente tabla:

Tabla 3. Correlación de Actitud de facilitación social hacia el consumo de alcohol con Creencia irracional de necesidad de aprobación.

Variable		Creencia irracional de Necesidad de aprobación
Actitud de facilitación social hacia el consumo de alcohol	Correlación de Pearson	0.10
	Significación Bilateral	.827

En lo que respecta a la Hipótesis 4 que detalla que “A mayor actitud evasiva hacia el consumo de alcohol, mayor creencia de indefensión ante el cambio.” el análisis estadístico a partir del coeficiente de correlación de Pearson muestra una correlación positiva significativa. Lo que permite inferir que se acepta dicha hipótesis, tal y como lo detalla la siguiente tabla:

Tabla 4. Correlación de Actitud evasiva hacia el consumo de alcohol con Creencia irracional de influencia del pasado.

Variable		Creencia irracional de influencia del pasado
Actitud evasiva hacia el consumo de alcohol	Correlación de Pearson	.139**
	Significación Bilateral	.003

**La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

DISCUSIÓN

Es importante considerar que son muchas las investigaciones que vinculan el consumo de alcohol con diferentes causas, sin embargo, son escasas las que relacionan explícitamente las actitudes hacia el consumo de alcohol con las creencias irracionales. De tal manera que el presente estudio se considera como un aporte muy significativo para comprender el fenómeno. Se procede pues, a analizar uno a uno estos vínculos a partir de los resultados encontrados.

En lo que respecta a la Hipótesis 1, los resultados demuestran una relación estadísticamente significativa negativa entre la actitud preventiva hacia el consumo de alcohol y

la creencia irracional de control emocional. Desde esta perspectiva, los estudiantes que establecen medidas preventivas del abuso de alcohol se caracterizan por un alto control sobre las emociones negativas, de tal manera que logran canalizarlas, y no ceden al consumo abusivo del alcohol. Esto es apoyado por la investigación realizada por Londoño y Valencia (2008) que detalla que los que consumen alcohol de forma esporádica, reportan con mayor frecuencia alta asertividad global y habilidad específica de resistir la presión de grupo.

En lo referente a la segunda hipótesis, las evidencias obtenidas indican que no se observó una relación estadísticamente significativa positiva entre la actitud permisiva hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de necesidad de aprobación.

Esto quiere decir, que los estudiantes que son tolerantes hacia el consumo de alcohol por el aparente efecto de diversión y animación, no es que reflejen una necesidad de aprobación de los demás, sino que lo realizan como una forma de recreación, demostrando así que no requieren de otras personas significativas en sus vidas para que los quieran y aprueben, ya que pueden sentirse bien con el estilo de vida que llevan.

Tal resultado obtenido es confirmado por Espada, Pereira y García (2008 citados en Avellaneda, Gras y Font, 2010) que justifica que hay una relación positiva entre el consumo de alcohol y el de los amigos, hermanos y padre. De lo anterior se puede considerar que si el consumo es social y está basado en la diversión que se puede pasar junto a las personas más cercanas, sin pasar a un abuso, el adolescente o adulto temprano, no mostraría específicamente una necesidad de aprobación. Aunado a ello, Brendgen, Vitaro, Turgeon, Poulin y Wanner (2004), Musitu y Herrero (2003) y Pons y Berjano (1999) también aclaran que el consumo de alcohol de forma moderada en el ámbito de las relaciones sociales, tiende a relacionarse estrechamente con un consumo no excesivo como parte de una diversión que no atenta contra la integridad física como sucedería con una actitud de abuso (permisiva o favorable) hacia el consumo de alcohol.

En lo que respecta a la tercera hipótesis, no se reflejó una relación estadísticamente significativa positiva entre la actitud de facilitación social hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de necesidad de aprobación.

En este sentido, los estudiantes que perciben el alcohol como un vehículo de las relaciones sociales y de la integración grupal, no es que manifiesten una necesidad de que las personas significativas los quieran y aprueben en su vida, sino más bien de que lo efectúan como

un medio para su desarrollo psicosocial. Al respecto, los investigadores Londoño y Valencia (2008) sostienen que aunque se posea la habilidad de negarse e ir en contra de los deseos del grupo en cuanto a un abuso del alcohol, el joven consume porque su cultura le ha mostrado que ésta es una conducta que no reviste mayor problema y no se identifican razones para oponerse a la ingesta de bebidas alcohólicas de forma social.

En lo concerniente a la cuarta hipótesis, los resultados demuestran una relación estadísticamente significativa positiva entre la actitud evasiva hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de indefensión ante el cambio. Esto permite comprender que los estudiantes que perciben el consumo de alcohol como tolerante, es por el hecho de que posiblemente en el pasado, les ha facilitado la evasión de situaciones estresantes. Desde esta perspectiva, se puede considerar que un adolescente o joven que sienta una presión muy fuerte para usar drogas como el alcohol, se debe a que sus amigos, compañeros de estudio o su familia apoyan el consumo y cree que existe entre ellos (López, Villar, Alonso, Castillo y Rodríguez, 2013). Aunado a ello, Díaz y otros (2004, citados en Londoño y Valencia, 2008) argumentan que el consumo de alcohol puede asociarse a una forma de evadir la responsabilidad de los actos, ya que culturalmente se excusa a quien actúa bajo los efectos, de que fue el alcohol que lo llevó a actuar de manera irresponsable o que le pone el toque de gracia a las fiestas.

También es importante considerar los resultados descriptivos referentes a los promedios obtenidos en las actitudes y creencias, ya que apuntan a que la actitud hacia el consumo de alcohol es más permisiva, de facilitación social y evasiva en los hombres que en las mujeres; y que a su vez, ellos reflejan mayor creencia irracional de necesidad de aprobación. Esto es respaldado por López y Freixinós (2001), quienes confirman que el consumo de alcohol de forma más intensa se da en varones.

No obstante lo anterior, este trabajo presenta algunas limitaciones metodológicas. En primer lugar, los resultados concernientes a las actitudes hacia el consumo de alcohol no presentan un nivel de profundidad considerable, ya que no se indagó el conocimiento que los participantes tenían con respecto al consumo, abuso y dependencia de dicha sustancia. En segundo lugar, los resultados referentes a las creencias irracionales como causa de un tipo específico de actitud hacia el consumo de alcohol, no es posible debido a la naturaleza correlacional de la investigación. Y, en tercer lugar, la muestra objeto de estudio representa en su mayoría a participantes del sexo femenino, lo cual pudo haberse ampliado con una cantidad

equitativa de participantes de ambos sexos como para tener una comprensión más representativa del fenómeno en cuestión.

A partir de los resultados y las explicaciones anteriores en esta investigación se ha respondido al planteamiento del problema y se han alcanzado los objetivos, ahora que se sabe que el grado de correlación entre los valores de la actitud hacia el consumo de alcohol y los las creencias irracionales reflejan lo detallado.

CONCLUSIONES

1. Los hombres del estudio reflejaron mayor actitud hacia el consumo de alcohol permisiva, de facilitación social y evasiva, en contraposición a las mujeres que mostraron mayor actitud preventiva; mientras que las mujeres expresaron mayor creencia irracional de necesidad de aprobación, a diferencia de los hombres que manifestaron mayoritariamente control emocional e indefensión ante el cambio.

2. Se detectó que entre la actitud preventiva hacia el consumo de alcohol y un nivel bajo de la creencia irracional de control emocional existe una correlación negativa significativa; esto por el hecho de que un adolescente o un joven puede consumir alcohol de forma moderada y aun así, mantener un control emocional equilibrado.

3. Se puede considerar que entre la actitud permisiva hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de necesidad de aprobación no existe una correlación positiva significativa, puesto que un adolescente o joven puede ser más proclive a consumir alcohol de forma ocasional por la influencia de los amigos y como parte de su desarrollo psicológico y social, y de forma constante (abuso o dependencia) al tener cierto nivel de aprobación excesivo, como un medio de acercamiento a los círculos sociales.

4. Se identificó que entre la actitud de facilitación social hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de aprobación no existe una correlación positiva significativa, ya que los adolescentes o jóvenes que lo consumen de forma social, es por el hecho de que lo realizan como una adaptación a su desarrollo psicosocial, sin por ello, caer en una dependencia a los demás.

5. Se observó que entre la actitud evasiva hacia el consumo de alcohol y la creencia irracional de indefensión ante el cambio existe una correlación positiva significativa, ya que las experiencias estresantes del pasado pueden conducir a un adolescente o joven a recurrir al alcohol como un medio para evadirlas o minimizar sus efectos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Americana de Psicología [APA].** (2013). *La Adolescencia*. Extraído el 11 de agosto de 2013 desde: <http://www.apa.org>
- Avellaneda, A., Gras, M., y Font, S.** (2010). Patrones de consumo de alcohol en la adolescencia. Universidad de Girona: *Psicothema*, 22(2), 190-194.
- Bagué, A., Gras, M., Font, S., García, E., Masó, J., Raurell, M. y Cunill, M.** (2014). Creencias de los adolescentes respecto al consumo de drogas. Girona: Universidad de Girona. *Cuadernos de Medicina Psicosomática y Psiquiatría de enlace. Revista Iberoamericana de Psicología*. 112, 11 y 13.
- Becoña, E., Vázquez, F., y Oblitas, L.** (2008). Terapia Cognitivo-Conductual. (Cap. 5). En Oblitas (Ed.). *Psicoterapias Contemporáneas* (pp. 93-95). México, D.F.: Cengage Learning.
- Berger, K.** (2007). *Psicología del Desarrollo: Adulthood y Vejez*. (7ª. Ed.). Madrid: Médica Panamericana.
- Bermejo, L. y Prieto, M.** (2005). Creencias irracionales en profesores y su relación con el malestar docente. Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid: *Revista Clínica y Salud*. 16(1), 48.
- Bermúdez, M.** (2000). *Déficit de autoestima: evaluación, tratamiento y prevención en la infancia y adolescencia*. (1ª. Ed.). Barcelona: Pirámide.
- Brendgen, M., Vitaro, F., Turgeon, L., Poulin, F. y Wanner, B.** (2004). Is there a dark side of positive illusions? Overestimation of social competence and subsequent adjustment in aggressive and no aggressive children, Québec: *Journal of abnormal child psychology* 32(3), 305.
- Carbonero, M., Martín, L., y Feijó, M.** (2010). Las creencias irracionales en relación con ciertas conductas de consumo en adolescentes. *European Journal of Education and Psychology: CENFIT*, 3 (2), 289.
- Cárdenas, C.** (1991). *Los medios de comunicación de masas y el consumo de alcohol en edades tempranas*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Carrasco, A.** (2004). Factores psicosociales y comportamientos de salud relacionados con el consumo de alcohol en adolescentes. Bogotá: Fundación Universitaria Konrad Lorenz. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 36(1), 126.
- Calvete, E. y Cardeñoso, O.** (1999). Creencias y síntomas depresivos: Resultados preliminares en el desarrollo de una Escala de Creencias irracionales abreviada. Bilbao, España. *Universidad de Deusto*, 15(2), 183-184.
- Chaves, L. y Quiceno, N.** (2010). Validación del Cuestionario de Creencias Irracionales (TCI) en población colombiana. Colombia: *Universidad de Antioquia-Medellín*, 2 (3), 42-45, 48-55.
- Ellis, A. y Grieger, R.** (2003). *Manual de Terapia Racional-Emotiva*. (10ª. Ed.). Bilbao: Descleé De Brouwer.
- Ellis, A. y Lega, L.** (1993). Cómo aplicar algunas reglas básicas del método científico al cambio de las ideas irracionales sobre uno mismo, otras personas y la vida en general. New Jersey, USA. *Revista Psicología conductual*, 1(1), 102-103.
- Fazio, R. y Williams, C.** (1986). Attitude accessibility as a moderator of attitude behavior, relations: An investigation of the 1984 presidential election. US: *Journal of Personality and Social Psychology*, 50 (3), 505-514.

- Fernández, H. y Secades, R.** (2001). Tratamientos psicológicos eficaces para la drogadicción: nicotina, alcohol, cocaína y heroína, localización. Oviedo: *Psicothema*, 13(3), 365-380.
- Giró, J.** (2007). *Adolescentes: ocio y consumo de alcohol*. (1ª. Ed.). Barcelona: ENTINEMA.
- González, J.** (1999). *Psicoterapia de Grupos: Teoría y técnica a partir de diferentes escuelas psicológicas*. México, D.F.: Manual Moderno.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P.** (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª. Ed.). México, D.F.: McGrawHill.
- Hogg, M. y Vaughan, G.** (2008). *Psicología Social*. (5ª. Ed.). Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Kerlinger, F.** (1975). *Investigación del Comportamiento: Técnicas y Metodología*. (2ª. Ed.). México, D.F.: Interamericana.
- Londoño, C. y Valencia, C.** (2008). Asertividad, resistencia a la presión de grupo y consumo de alcohol en universitarios. Universidad Católica de Colombia: *Acta Colombiana de Psicología*, 11 (1), 155-161.
- López, C. y Freixinós, R.** (2001). Psicopatología y consumo de alcohol en adolescentes. Murcia, España: *Revista Anales de Psicología*. 17(2). 177-188.
- López, M., Villar, M., Alonso, M., Castillo, M. y Rodríguez, L.** (2013). Actitud ante el consumo y no consumo de alcohol en estudiantes de preparatoria. México: *Revista Escuela de Enfermería USP*, 47 (4), 815-819.
- Musitu, G. y Herrero, J.** (2003). El rol de la autoestima en el consumo moderado de drogas en la adolescencia. Ciudad Victoria: Universidad Autónoma de Tamaulipas. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIO TAM*. 13(1), 287-289 y 296-300.
- Medrano, L., Galeano, C., Galera, M., y del Valle, R.** (2010). Creencias irracionales, Rendimiento y Deserción Académica en Ingresantes Universitarios. Universidad de San Martín de Porres: *Liberabit. Revista de Psicología*, 16(2), 184.
- Moreno, J.** (2006). Valores, actitudes hacia el alcohol y consumo en adolescentes varones. Arica: Universidad de Taparacá. *Revista Límite*, 1(13), 195-209.
- Navas, J.** (1981). Terapia Racional Emotiva. Fundación Konrad Lorenz: *Revista Latinoamericana de Psicología*. 13(1), 77-82.
- Ortega, P., Mínguez, R. y Pagan, F.** (1993). Actitudes hacia la droga en los alumnos de E.G.B. de la región murciana. *Revista anales de psicología*, (1), 7-18 y 23.
- Pons, J. y Berjano, N.** (1999). *El Consumo abusivo de alcohol en la adolescencia: Un modelo explicativo desde la psicología social*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Rodríguez, C. y Caño, A.** (2012). Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. Universidad de Almería: *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 12(3), 393-394.
- Vernieri, M.** (2006). *Adolescencia y autoestima*. (2ª. Ed.). Buenos Aires: Bonum.