

BÚSQUEDA DE SENSACIONES, CONSUMO DE ALCOHOL Y DE ÉXTASIS (MDMA) EN ADOLESCENTES

José Luis González Gutiérrez
Cecilia Peñacoba Puente
Ricardo Moreno Rodríguez
Nuria Muñoz Arjonilla
Cristina Palomar Puertas
Mónica Ramiro Herrador

Facultad de Ciencias de la Salud. Universidad Rey Juan Carlos.

RESUMEN

El trabajo analiza el consumo de éxtasis y de alcohol en una muestra de 528 alumnos de Educación Secundaria de 14 a 19 años de edad, estudiando la asociación existente entre el nivel de búsqueda de sensaciones, la actitud hacia dichas sustancias, así como diferentes variables relacionadas con el consumo de las mismas. La búsqueda de sensaciones se encontró asociada en mayor medida con las variables relacionadas con el consumo de alcohol que con las variables relacionadas con el consumo de éxtasis. Del mismo modo, para cada una de las sustancias (alcohol y éxtasis) se observó un patrón de asociación distinto entre la búsqueda de sensaciones, la actitud frente al consumo y la frecuencia de consumo de las mismas. Concretamente, respecto a la frecuencia de consumo de éxtasis, apareció un efecto de interacción significativo entre la búsqueda de sensaciones y la actitud frente al consumo de dicha sustancia. Tomados en conjunto, los resultados condu-

ieron a plantear la existencia de vías de acción diferente por parte de la búsqueda de sensaciones sobre el consumo de alcohol y de éxtasis.

Palabras clave: ALCOHOL, ÉXTASIS, MDMA, ACTITUDES, BÚSQUEDA DE SENSACIONES, ADOLESCENTES

SUMMARY

The paper analyzes ecstasy and alcohol consumption in a sample of students of Secondary Education (14 to 19 years of age). The association between sensation seeking, attitudes towards substances, as well as different variables related to the consumption were studied. Sensation seeking was more associated with favourable attitudes towards alcohol and alcohol consumption than with favourable attitudes towards ecstasy and ecstasy consumption. In the same way, for each substance (alcohol and ecstasy), different patterns of associations were observed between sensation seeking, favourable attitudes towards consumption and frequency of consumption. Specifically, a significant interaction effect between sensation seeking and favourable attitude towards consumption was observed on frequency of ecstasy consumption. As a whole, results showed the existence of different ways of action of sensation seeking on alcohol and ecstasy consumption.

Key words: ALCOHOL, ECSTASY, MDMA, ATTITUDES, SENSATION SEEKING, ADOLESCENTS

INTRODUCCIÓN

El alcohol, junto al tabaco y la marihuana, representa la sustancia con mayores niveles de consumo entre los adolescentes (Kaminer, 1999; Wagner y cols., 1999). De acuerdo con los resultados de la encuesta sobre drogas a población escolar 2002, realizada por la *Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas* (DGPNSD, 2003), se estima que, entre los adolescentes españoles,

el 75,7% ha consumido alcohol en alguna ocasión, el 32,8% ha consumido tabaco y el 36,9% cannabis. El alcohol es la sustancia con una prevalencia y unos patrones de abuso más alarmantes, tanto por la temprana edad de inicio como por los niveles de ingesta y por su contexto de uso. Así, parece que la edad de inicio en el consumo se situaría sobre los 13,4 años en varones y sobre los 14,8 años en mujeres, no existiendo diferencias estadísticamente significativas entre ambos sexos. El porcentaje de consumo habitual de esta sustancia entre los jóvenes de 14 a 18 años es de 55,9% para los hombres y de 54,3% para las mujeres. Además, entre la población juvenil se está consolidando un patrón de consumo lúdico-festivo centrado en el fin de semana con una elevada frecuencia de episodios de embriaguez (Amengual y cols., 1993). Así, el 40,6% de los jóvenes consumirían exclusivamente el fin de semana, con un 14,4% que consumiría habitualmente tanto en días laborables como durante los fines de semana (DGPNSD, 2003).

Con características bastante diferentes a las del alcohol, el éxtasis o metilendioximetanfetamina (MDMA), una droga sintética psicoactiva con propiedades alucinógenas similares a las de las anfetaminas, se ha constituido en España como una de las drogas con tasas de consumo más elevadas con respecto al resto de países europeos (DGPNSD 1996; Gamella y Álvarez, 1997; Calafat y cols., 1998). La edad de incorporación al consumo parece algo más tardía que en el caso del alcohol, con una edad media de 15,54 años (Sáiz y cols., 2001). Entre los jóvenes de 14 a 18 años el 6,1% dice haber consumido éxtasis alguna vez en la vida, mientras que el 1,7% indica haberlo consumido en los últimos 30 días (DGPNSD, 2003). En un trabajo reciente sobre una muestra de 2915 jóvenes de Educación Secundaria, Sáiz y cols. (2001) han mostrado cómo el 3,8% indicaban haber consumido MDMA en alguna ocasión, el 2,7% indicaban haberlo consumido durante los 12 últimos meses, y el 1,6% señalaba haberlo consumido durante los últimos 30 días.

Dentro del contexto de análisis de los factores de riesgo asociados al consumo de sustancias, la búsqueda de sensaciones ha sido identificada como uno de los predictores más importantes (Andrucci y cols., 1989; Jaffe y Archer, 1987; Saiz y cols. 1999; González, Ibáñez y Peñate, 1997; Del Barrio y Alonso, 1994; Cárdenas y Moreno-

Jiménez, 1989; González-Gutiérrez y cols., 2001; DGPNSD, 2003), demostrando una elevada correlación con el consumo abusivo y con las consecuencias adversas asociadas al consumo (Conrod, Peterson y Pihl, 1997; Schall, Kemeny y Maltzman, 1992). Esta variable ha sido descrita como un patrón de personalidad caracterizado por "la necesidad por la variedad de sensaciones y experiencias nuevas y complejas y la predisposición para asumir riesgos físicos y sociales por el puro placer de sentirlos" (Zuckerman, 1994a, p. 27). Así, entre la población adolescente, el alcohol ha sido señalado como una manifestación conductual de la tendencia general hacia la búsqueda de sensaciones (Pederson, Clausen y Lavik, 1989; Ratliff y Burkhart, 1984; Schwarz, Bukhart y Green, 1978), aunque parece resultar más predictiva del consumo de alcohol durante este período de la vida que del alcoholismo en la vida adulta (Galizio, Gerstenhaber y Friedensen, 1985; Zuckerman, 1987, 1994b).

A diferencia que en el caso del alcohol, la relación entre el consumo de éxtasis y la búsqueda de sensaciones no ha sido demasiado analizada en la literatura. Para Zuckerman (1983) los psico-estimulantes constituirían el grupo de sustancias cuya frecuencia de consumo se encontraría más asociada con la búsqueda de sensaciones. De acuerdo con ello, en el estudio del *European Institute for the Investigation of Risk Factors for Children and Adolescents* (IREFREA) sobre los consumidores de éxtasis en Europa (Calafat y cols., 1998), quedó ya patente la estrecha relación de la búsqueda de sensaciones con la frecuencia de consumo. En España, Sáiz y cols. (2001) han encontrado que los jóvenes consumidores de MDMA obtienen puntuaciones más elevadas en búsqueda de sensaciones que los no consumidores de dicha sustancia. A pesar de este tipo de resultados, algunos autores han demostrado una mayor asociación de esta variable con sustancias depresoras del sistema nervioso (SN), como el alcohol (Luengo y cols., 1996).

El grado en el que el nivel de búsqueda de sensaciones de los sujetos se encuentra relacionado con las actitudes hacia el consumo de determinadas sustancias no parece haber sido tratado convenientemente hasta la actualidad. En este sentido, Jessor y Jessor (1977) han señalado que un paso previo al consumo de cualquier sustancia es un cambio de actitud desde una postura antagónica hasta una

mucho más favorable, lo que ha sido defendido por diversos autores (Kandel, Kessler, & Magulies, 1978; Krosnick & Judd, 1982; Smith & Fogg, 1978). Este cambio que parece producirse a un nivel general a partir de los 14 años junto con una percepción menor del riesgo, sobre todo con respecto al alcohol (Rooney & Villahoz, 1994), y se puede ver potenciado debido a la escasa oposición por parte de la familia o los amigos, y dada la tolerancia social de que disfrutan este tipo de sustancias (Muñoz-Rivas y cols., 2000). En este sentido, es posible plantear la presencia de actitudes más positivas hacia el consumo de sustancias entre los altos buscadores de sensaciones, lo que permitiría establecer una vía cognitiva de acción por parte de esta variable.

El presente estudio trata de analizar el consumo de éxtasis y alcohol en una muestra de adolescentes de 14 a 19 años de edad, estudiando la asociación existente con la búsqueda de sensaciones (Zuckerman, 1979), la actitud hacia dichas sustancias, así como diferentes variables relacionadas con el consumo de las mismas.

METODOLOGÍA

Muestra

La muestra participante se encuentra integrada por 528 alumnos de 3º y 4º de ESO de diferentes institutos de las localidades de Villaverde (30), Alcorcón (172), Móstoles (164), Fuenlabrada (102) y Madrid (59). La media de edad es de 16 años ($SD = 1,29$), 48,5% hombres.

Instrumentos

La evaluación de la búsqueda de sensaciones se llevó a cabo mediante la *Escala de Búsqueda de Sensaciones* (versión V) (Zuckerman, Eysenck y Eysenck, 1978) en la versión adaptada al español por Cárdenas y Moreno-Jiménez (1989), un instrumento formado por 40 ítems con un formato de respuesta forzoso de dos alternativas que integra cuatro subescalas con diez ítems cada una:

búsqueda de emociones y aventuras (BEA), búsqueda de experiencias (BE), desinhibición (DES) y susceptibilidad al aburrimiento (SAB). Resulta igualmente posible obtener una puntuación total cuya consistencia interna se encuentra entre el 0,83 y el 0,86 (Zuckerman, Eysenck y Eysenck, 1978). La elevada consistencia interna de la escala total, en comparación con los bajos niveles de cada una de las cuatro subescalas por separado (e.g. Ridgeway y Russell, 1980), ha impulsado al empleo exclusivo de la puntuación global dentro del presente trabajo.

En el presente estudio el valor alfa de Cronbach de la puntuación general ha sido de 0,74, un valor sólo ligeramente por debajo del rango de 0,83-0,86 señalado por Zuckerman, Eysenck y Eysenck (1978). Sin embargo, los valores alfa obtenidos para las escalas individuales se encuentran bastante por debajo de los encontrados originalmente (Zuckerman, Eysenck y Eysenck, 1978), con un 0,66 para BEA, un 0,39 para BE, un 0,61 para DES y un 0,47 para SAB. Esto apoya las conclusiones de Ridgeway y Russell (1980), quienes señalaron valores alpha por debajo de 0,44 para algunas de estas subescalas, de manera que el empleo de las mismas ha sido desestimado en el presente trabajo.

Las actitudes frente al consumo de alcohol y de éxtasis se evaluaron mediante la aplicación de las escalas diseñadas por Maciá (2000) a tal efecto. Cada una de dichas escalas se encuentra configurada por 10 ítems que puntúan en una escala tipo Likert de 5 puntos (desde muy en desacuerdo-hasta muy de acuerdo). Los valores alfa de Cronbach calculados sobre la presente muestra fueron de 0,78 para la escala de actitud frente al consumo de alcohol y de 0,80 para la escala de actitud frente al consumo de éxtasis.

Junto a estas escalas se han incluido una pregunta para evaluar la frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas con una escala de respuesta de seis alternativas desde "nunca" hasta "4 o más por semana", una pregunta para evaluar la frecuencia de consumo abusivo de bebidas alcohólicas (basada en el consumo de 6 o más bebidas: copas, minis, etc.) con seis alternativas desde "nunca" hasta "diariamente o casi" y, finalmente, una pregunta para evaluar la frecuencia de consumo de éxtasis con siete alternativas de respuesta desde "nunca", hasta "4 o más por semana".

Procedimiento

La fase de recogida de información se llevó a cabo durante el periodo comprendido entre febrero y mayo de 2001. Tras contactar directamente con los Jefes de Estudio de los diferentes Centros de Educación Secundaria implicados, y una vez obtenidos los permisos oportunos para la realización del estudio, los instrumentos fueron administrados en una hora lectiva en la que se encontraban presentes la mayor parte de los alumnos de cada clase. Previamente se ofrecieron unas instrucciones acerca de la naturaleza del estudio, asegurándose una absoluta confidencialidad de los datos. El tiempo de cumplimentación no superó, en ningún caso, los 45 minutos.

Análisis de datos

Los datos recogidos fueron sometidos a análisis estadísticos empleando el paquete informático SPSS v11.5. Junto al análisis descriptivo de los datos, se han calculado la correlación de Pearson entre las variables estudiadas, así como una serie de análisis de regresión jerárquica con el fin de analizar la capacidad predictiva de la búsqueda de sensaciones sobre las actitudes frente al consumo de alcohol y de éxtasis, así como la capacidad predictiva de las anteriores frente al consumo real de alcohol y de éxtasis. Finalmente, se ha utilizado la prueba U de Mann-Whitney con el fin de examinar la presencia de diferencias estadísticamente significativas en las variables de consumo entre los sujetos con altas y bajas puntuaciones en búsqueda de sensaciones.

RESULTADOS

Los descriptivos básicos obtenidos por la muestra en las variables de carácter cuantitativo aparecen recogidos en la tabla 1. El valor medio obtenido por la muestra en la variable actitud positiva frente al alcohol ($M = 2,51$; $SD = 0,68$) resulta significativamente mayor ($t = 18,47$; $p = 0,00$) que la actitud positiva frente al consumo de éxtasis

($M = 1,96$; $SD = 0,70$). La media obtenida en la variable de búsqueda de sensaciones ha adquirido un valor intermedio ($M = 20,02$; $SD = 5,08$).

Tabla 1.- Descriptivos básicos obtenidos por la muestra en las variables cuantitativas objeto de estudio

	Media	DT	Mínimo	Máximo
Actitud positiva frente al consumo de alcohol ¹	2,51	0,68	1,00	5,00
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis ¹	1,96	0,70	1,00	5,00
Búsqueda de sensaciones ²	20,02	5,08	2,00	34,00

¹Rango de 1 a 5; ²Rango de 0 a 40

La tabla 2 presenta los descriptivos básicos obtenidos en las variables frecuencia de consumo de alcohol, consumo abusivo de alcohol y frecuencia de consumo de éxtasis. Cabe destacar que el 81,4% de la muestra señala consumir alcohol al menos una vez al mes, con un 21,3% que indican un consumo de carácter semanal y un 17,5% que muestran una frecuencia de consumo de 2 ó 3 veces por semana. En cuanto al consumo de éxtasis, un 90,7% dice no haberlo consumido nunca, frente a un 9,3% que afirma que sí lo ha consumido en alguna ocasión. Dentro del grupo de consumidores de éxtasis es importante señalar que un 0,4% lo consume con una frecuencia de 2 ó 3 veces a la semana.

La tabla 3 presenta los coeficientes de correlación de Pearson y de Spearman (para variables ordinales) existentes entre las variables estudiadas. Como se puede observar, la búsqueda de sensaciones se encuentra correlacionada positivamente tanto con la actitud positiva frente al alcohol (0,44), como con la frecuencia de consumo (0,47) y con el consumo abusivo (0,42). Un patrón de

Tabla 2.- Descriptivos básicos obtenidos por la muestra en las variables ordinales objeto de estudio

	N	%	Mediana
Frecuencia de consumo de alcohol			
Nunca	98	18,6	
Menos de una vez al mes	80	15,2	
2 ó 3 veces al mes	131	24,9	
Una vez a la semana	112	21,3	
2 ó 3 veces a la semana	92	17,5	
4 ó más veces a la semana	14	2,7	
NS/nc	1	0,2	
Total	528	100,0	2,00
Frecuencia de consumo abusivo de alcohol			
Nunca	244	46,3	
Menos de una vez al mes	97	18,4	
Una vez al mes	90	17,1	
2 ó 3 veces a la semana	39	7,4	
Una vez a la semana	52	9,9	
Diariamente/Casi diariamente	5	0,9	
NS/nc	1	0,2	
Total	528	100,0	1,00
Frecuencia de consumo de éxtasis			
Nunca	479	90,7	
Sólo lo tomó una vez para probarlo	32	6,1	
Menos de una vez al mes	10	1,7	
2 ó 3 veces al mes	4	0,8	
Una vez a la semana	1	0,2	
2 ó 3 veces a la semana	2	0,4	
Total	528	100,0	0,00

Tabla 3.- Cuadro de correlaciones entre las variables objeto de estudio

	Frecuencia de consumo de alcohol	Frecuencia de consumo abusivo de alcohol	Frecuencia de consumo de éxtasis	Búsqueda de sensaciones	Actitud positiva frente al alcohol	Actitud positiva frente al éxtasis
Frecuencia de consumo de alcohol	1,00					
Frecuencia de consumo abusivo de alcohol	0,68** (p: n = 526)	1,00				
Frecuencia de consumo de éxtasis	0,29** (p: n = 527)	0,33** (p: n = 527)	1,00			
Búsqueda de sensaciones	0,47** (p: n = 527)	0,42** (p: n = 527)	0,26** (p: n = 527)	1,00		
Actitud positiva frente al consumo de alcohol	0,63** (p: n = 527)	0,57** (p: n = 527)	0,28** (p: n = 527)	0,44** (r: n = 528)	1,00	
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis	0,39** (p: n = 527)	0,50** (p: n = 527)	0,45** (p: n = 527)	0,37** (r: n = 528)	0,52** (r: n = 528)	1,00

**p ≤ 0,01; p = correlación de Spearman; r = correlación de Pearson

intercorrelaciones de carácter similar aunque algo más reducidas lo muestra con la actitud positiva frente al éxtasis (0,37) y con su frecuencia de consumo (0,26).

La actitud positiva hacia el consumo de alcohol no sólo se encuentra altamente correlacionada con la frecuencia de consumo de esta sustancia (0,63) y con su consumo abusivo (0,57), sino que también lo está con la frecuencia de consumo de éxtasis (0,28). Junto a ello, la actitud positiva frente al éxtasis, que se encuentra asociada con la frecuencia de consumo de esta misma sustancia (0,45), muestra una correlación mayor con el consumo abusivo de alcohol (0,50) que con su frecuencia de consumo (0,39).

Finalmente, entre las variables frecuencia de consumo de alcohol y consumo abusivo de alcohol se da una correlación elevada y significativa (0,68), así como entre estas dos últimas variables y la frecuencia de consumo de éxtasis (0,29 y 0,33, respectivamente), en estos últimos casos no tan elevadas.

Con el fin de analizar la capacidad predictiva de la búsqueda de sensaciones sobre las actitudes hacia las sustancias, se ha realizado una serie de análisis de regresión jerárquica mediante el método de pasos sucesivos (*stepwise*). Para ello, a efectos de control, fueron introducidos en un primer momento el sexo (codificado como 1 = hombre, 2 = mujer) y la edad, siendo introducida en un segundo momento la búsqueda de sensaciones. Los resultados del proceso aparecen recogidos en la tabla 4. Como se puede apreciar, los modelos estimados explican el 21% de la actitud positiva frente al alcohol y el 14% de la actitud positiva frente al éxtasis. La edad resulta predictiva de la actitud frente al consumo de alcohol ($b=0,12$), pero no de la actitud frente al consumo de éxtasis. Por su parte, el sexo, aunque resulta predictivo en los momentos iniciales de estimación del modelo, deja de serlo una vez que entra a formar parte de él la búsqueda de sensaciones. Finalmente, la búsqueda de sensaciones resulta más predictiva de la actitud frente al consumo de alcohol ($b=0,43$) que de la actitud frente al consumo de éxtasis ($b=0,35$).

A continuación se ha realizado una serie de análisis de regresión jerárquica sobre la frecuencia de consumo de alcohol, frecuencia de consumo abusivo de alcohol y frecuencia de consumo de éxtasis de nuevo mediante el método de pasos sucesivos (*stepwise*). Igualmente-

te, a efectos de control, fueron introducidos en un primer momento el sexo y la edad, siendo introducida en un segundo momento la búsqueda de sensaciones y, en un tercer momento, la actitud hacia el consumo de alcohol y la actitud hacia el consumo de éxtasis (independientemente de la variable criterio). En la tabla 5 se puede observar cómo la edad resulta predictiva tanto de la frecuencia de consumo de alcohol ($b=0,15$), como de la frecuencia de consumo abusivo de dicha sustancia ($b=0,13$), pero no de la frecuencia de consumo de éxtasis. Por su parte, el sexo resulta predictivo en los primeros momentos de estimación (con coeficientes de regresión negativos), pero su capacidad predictiva deja de ser significativa con la entrada en el modelo de la búsqueda de sensaciones. Finalmente, la actitud frente al consumo de alcohol resulta con mayor poder predictivo de la frecuencia de consumo ($b=0,51$) que de la frecuencia de consumo abusivo ($b=0,34$), aunque en ambos casos el coeficiente resulta elevado. Algo similar ocurre respecto a la asociación entre la actitud positiva frente al consumo de éxtasis y el consumo real de esta sustancia, donde el coeficiente de regresión resulta también elevado ($b=0,42$). Por otro lado, la actitud positiva frente al consumo de éxtasis no sólo resulta predictiva del consumo de dicha sustancia, sino que se encuentra también significativamente asociado a la frecuencia de consumo abusivo de alcohol ($b = 0,26$; $p = 0,006$). La búsqueda de sensaciones, en cada uno de los tres modelos estimados pierde capacidad predictiva una vez que entran a formar parte de ellos las actitudes frente al consumo. Así, frente al valor $b = 0,46$ ($p = 0,006$) que se da en la asociación entre la búsqueda de sensaciones y la frecuencia de consumo de alcohol antes de la entrada en el modelo de la actitud positiva frente a dicha sustancia, con la entrada en él dicha variable, el coeficiente de regresión se ve reducido a $b=0,24$ ($p = 0,006$). Lo mismo ocurre con respecto a la relación entre la búsqueda de sensaciones y la frecuencia de consumo abusivo de alcohol, cuyo coeficiente de regresión pasa de $b=0,41$ ($p = 0,006$) a $b=0,18$ ($p = 0,006$), así como con respecto a la relación entre la búsqueda de sensaciones y la frecuencia de consumo de éxtasis, cuyo coeficiente de regresión se ve reducido desde $b=0,25$ ($p = 0,006$) a $b=0,10$ ($p = 0,01$) una vez que la actitud positiva frente al consumo de éxtasis pasa a formar parte del modelo estimado.

Tabla 4.- Resumen del análisis de regresión realizado para analizar la capacidad predictiva de la búsqueda de sensaciones sobre las actitudes frente al consumo de alcohol y el éxtasis

	Coeficientes de regresión		Coeficientes de determinación	
	Beta	t	R ² cor.	F
Actitud positiva frente al alcohol				
Edad	0,12	3,02**		
Sexo	-0,04	-1,02		
Búsqueda de sensaciones	0,43	10,72**	0,21	46,52**
Actitud positiva frente al éxtasis				
Sexo	-0,10	-2,41*		
Búsqueda de sensaciones	0,35	8,43**	0,14	44,49**

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$

Debido a que en las ecuaciones de regresión estimadas la capacidad predictiva del sexo desaparece con la entrada en él de la búsqueda de sensaciones, y el poder predictivo de la búsqueda de sensaciones se ve debilitado con la aparición de las actitudes frente al consumo, se llevó a cabo un análisis de interacción (Aiken y West, 1991) con el fin de comprobar la posible existencia de efectos de este tipo entre la búsqueda de sensaciones y las variables independientes analizadas (la edad y el sexo cuando las variables criterio fueron la actitud positiva frente al consumo de alcohol y de éxtasis, así como la edad, el sexo, la actitud frente al consumo de alcohol y la actitud frente al consumo de éxtasis cuando las variables criterio fueron las variables relacionadas con el consumo). La tabla 6 presenta los resultados de dicho análisis. No se apreciaron efectos de interacción significativos excepto entre la búsqueda de sensaciones y la actitud positiva frente al éxtasis ($b=0,29$; $p = 0,006$) cuando la variable criterio fue la frecuencia de consumo de éxtasis. Dicho efecto ha sido representado gráficamente de acuerdo con el procedimiento sugerido por Cohen y Cohen (1983) y Jaccard y cols. (1990), siendo representados en los ejes los valores de ambas variables en puntuaciones típicas (z). Para ello, a partir de las

Tabla 5.- Resumen del análisis de regresión realizado para analizar la capacidad predictiva de la búsqueda de sensaciones y de las actitudes frente al consumo de alcohol y de éxtasis, sobre las variables relacionadas con el consumo de ambas sustancias

	Coeficientes de regresión		Coeficientes de determinación	
	Beta	T	R ² cor.	F
Frecuencia de consumo de alcohol				
Edad	0,15	4,78**		
Búsqueda de sensaciones	0,24	6,74**		
Actitud positiva frente al consumo de alcohol	0,51	14,13**	0,47	154,73**
Frecuencia de consumo abusivo de alcohol				
Edad	0,14	4,18**		
Sexo	0,02	0,67		
Búsqueda de sensaciones	0,18	4,68**		
Actitud positiva frente al consumo de alcohol	0,34	8,25**		
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis	0,26	6,50**	0,42	77,31**
Frecuencia de consumo de éxtasis				
Sexo	-0,01	-0,12		
Búsqueda de sensaciones	0,10	2,47*		
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis	0,42	9,94**	0,21	48,18**

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$

Tabla 6.- Resumen del análisis de interacción entre la búsqueda de sensaciones y el resto de las variables independientes analizadas tomando como variables dependientes tanto las actitudes hacia el consumo, como las variables relacionadas con el consumo de ambas sustancias

	Coeficientes de regresión		Coeficientes de determinación	
	Beta	T	R ² cor.	F
Actitud positiva frente al consumo de alcohol	0,11	2,92**		
Edad	-0,04	-0,97		
Sexo	0,43	10,81**		
Búsqueda de sensaciones (BS)	0,01	0,33		
Edad x BS	-0,07	-1,69	0,21	28,58**
Sexo x BS				
Actitud positiva frente al éxtasis				
Edad	0,03	0,64		
Sexo	-0,09	-2,27*		
Búsqueda de sensaciones (BS)	0,35	8,41**		
Edad x BS	0,04	1,05		
Sexo x BS	-0,02	-0,43	0,14	18,13**

Tabla 6.- (Continuación)

Frecuencia de consumo de alcohol	0,16	5,00**	
Edad	0,08	2,31	
Sexo	0,49	12,49**	
Actitud positiva frente al consumo de alcohol	0,04	0,94	
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis	0,24	6,60**	
Búsqueda de sensaciones (BS)	-0,02	-0,54	
Edad x BS	0,04	1,11	
Sexo x BS	-0,02	-0,56	
Actitud positiva frente al consumo de alcohol x BS	0,06	1,36	0,47
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis x BS			53,21**
Frecuencia de consumo abusivo de alcohol	0,14	4,12**	
Edad	0,02	0,63	
Sexo	0,35	8,49**	
Actitud positiva frente al consumo de alcohol	0,23	5,78**	
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis	0,17	4,59**	
Búsqueda de sensaciones (BS)	-0,00	-0,06	
Edad x BS	0,04	1,26	
Sexo x BS	0,06	1,31	
Actitud positiva frente al consumo de alcohol x BS	0,07	1,59	0,43
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis x BS			44,85**
Frecuencia de consumo de éxtasis	0,02	0,52	
Edad	-0,01	-0,28	
Sexo	0,03	0,72	
Actitud positiva frente al consumo de alcohol	0,33	7,28**	
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis	0,10	2,36*	
Búsqueda de sensaciones (BS)	0,02	0,53	
Edad x BS	-0,02	-0,50	
Sexo x BS	0,01	0,21	
Actitud positiva frente al consumo de alcohol x BS	0,29	6,03**	0,29
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis x BS			25,11**

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$

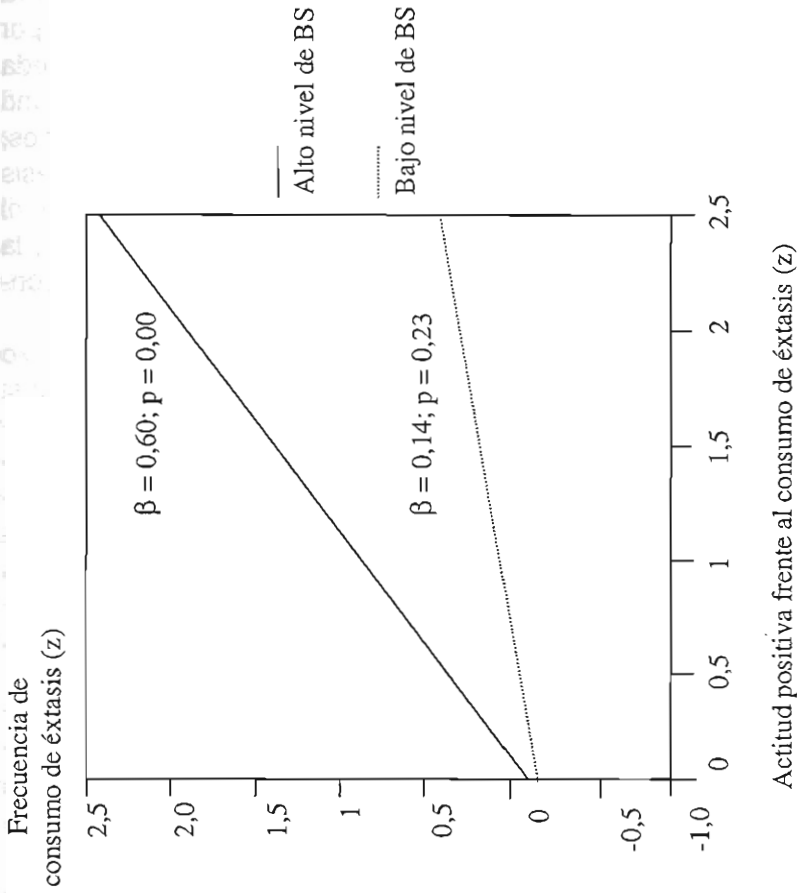


Figura 1.- Representación gráfica de la interacción entre la actitud frente al consumo de éxtasis y la búsqueda de sensaciones (BS), sobre la frecuencia de consumo de éxtasis

puntuaciones obtenidas en la variable búsqueda de sensaciones, se han creado tres niveles utilizando el valor medio y la desviación típica obtenida por la muestra. Estos niveles fueron etiquetados como *bajo* (cuando la puntuación obtenida se encontraba entre los límites de 2,00 y 14,93), *medio* (entre 14,94 y 25,10) y *alto* (entre 25,11 y 34,00), calculándose ecuaciones de regresión independientes para el grupo de sujetos con alto nivel de búsqueda de sensaciones por una parte, y para el grupo de sujetos con bajo nivel de búsqueda de sensaciones por otra (figura 1). Se ha puesto de manifiesto cómo a medida que se incrementa el nivel de búsqueda de sensaciones, la asociación entre la actitud positiva frente al consumo de éxtasis y la frecuencia de su consumo tiende a ser más intensa. Por el contrario, cuando el nivel de búsqueda de sensaciones es bajo, la relación entre la actitud frente al consumo y la frecuencia de consumo de esta sustancia deja de ser significativa.

A pesar de no encontrarse efectos de interacción entre el sexo y la búsqueda de sensaciones para las variables criterio analizadas, se analizó la posibilidad de que ambos sexos difirieran significativamente en el nivel de búsqueda de sensaciones. Para ello se llevó a cabo una prueba "t" de Student tomando el sexo como variable independiente y el nivel de búsqueda de sensaciones como variable dependiente. Se observó la existencia de diferencias estadísticamente significativas en el nivel de búsqueda de sensaciones en función del sexo ($t = 4,79$; $p = 0,006$), mostrando los varones puntuaciones significativamente superiores ($M = 21,09$; $SD = 4,84$) que las mujeres ($M = 19,02$; $SD = 5,10$).

Finalmente, se ha realizado un análisis de varianza factorial (ANOVA) con el fin de analizar la posible existencia de diferencias en la actitud positiva frente al alcohol y en la actitud positiva frente al éxtasis, en función del sexo y del nivel de búsqueda de sensaciones (alto o bajo). Como se puede observar en la tabla 7, no se ha apreciado la existencia de efectos principales significativos en función del sexo. De la misma forma, no han aparecido efectos de interacción significativos entre el sexo y el nivel de búsqueda de sensaciones. Sin embargo, sí se han apreciado efectos principales significativos en función del nivel de búsqueda de sensaciones, tanto sobre la actitud positiva frente al consumo de alcohol ($F_{1,137} = 52,91$;

$p = 0,006$), como sobre la actitud positiva frente al consumo de éxtasis ($F_{1, 137} = 55,88$; $p = 0,006$). En este sentido, los sujetos con un alto nivel de búsqueda de sensaciones muestran una actitud significativamente más favorable frente al consumo de alcohol ($M = 3,06$; $SD = 0,70$) que los sujetos con un nivel bajo de búsqueda de sensaciones ($M = 2,17$; $SD = 0,63$). Igualmente, los sujetos con un alto nivel de búsqueda de sensaciones muestran una actitud significativamente más favorable frente al consumo de éxtasis ($M = 2,52$; $SD = 0,55$) que los sujetos con un nivel bajo de búsqueda de sensaciones ($M = 1,63$; $SD = 0,76$).

De la misma forma, con el fin de examinar la posible presencia de diferencias en la frecuencia consumo de alcohol, el consumo abusivo de alcohol y la frecuencia de consumo de éxtasis, en función del nivel de búsqueda de sensaciones (alto o bajo) y del sexo, se ha utilizado la prueba U de Mann Whitney bajo un nivel de confianza de 0,95 debido al carácter ordinal de las variables dependientes analizadas (ver tabla 8). Como se puede observar, en relación al nivel de búsqueda de sensaciones se han obtenido diferencias estadísticamente significativas en todas las variables analizadas, con mayores puntuaciones en todas ellas para el grupo de sujetos con elevadas puntuaciones en búsqueda de sensaciones. En el caso del sexo, se han obtenido puntuaciones significativamente mayores por parte de los hombres en todas las variables analizadas excepto para la frecuencia de consumo de alcohol, donde no se han observado diferencias estadísticamente significativas entre ambos sexos ($U = 32189,50$; $p = 0,15$). No obstante, cabe señalar que, a pesar de no resultar del todo metodológicamente correcto, se llevó a cabo un análisis de varianza factorial que replicaba a un nivel paramétrico el análisis no paramétrico previamente realizado. A través de este tipo de análisis (ANOVAS factoriales), basados en modelos de clasificación cruzada (los efectos de todos los factores del modelo se calculan de un modo simultáneo y, por tanto, se encuentran ajustados los unos a los otros, disminuyendo la aparición de efectos espúreos por parte de las variables independientes), se observó la inexistencia de efectos principales significativos por parte del sexo sobre las variables directamente relacionadas con el consumo de alcohol y de éxtasis, lo que llevaría a tomar con precaución los

Tabla 7.- Resumen de análisis de varianza factorial sobre las actitudes sobre el consumo de alcohol y de éxtasis, tomando como variables independientes el sexo y la búsqueda de sensaciones

	F	gl	P
Actitud positiva frente al consumo de alcohol			
Nivel de búsqueda de sensaciones (BS)	52,91	1	0,00
Sexo	0,21	1	0,65
Sexo x BS	0,12	1	0,73
Error		137	
Actitud positiva frente al consumo de éxtasis			
Nivel de búsqueda de sensaciones (BS)	55,88	1	0,00
Sexo	0,08	1	0,78
Sexo x BS	0,71	1	0,71
Error		137	

Tabla 8.- Resultados de la prueba U de Mann-Whitney realizada sobre la frecuencia de consumo de alcohol, la frecuencia de consumo abusivo de alcohol y la frecuencia de consumo de éxtasis, tomando con variables independientes el nivel de búsqueda de sensaciones y el sexo

	Mdna	M	U	P
Frecuencia de consumo de alcohol				
Baja búsqueda de sensaciones (2,00 - 14,93)	1,00	1,38		
Alta búsqueda de sensaciones (25,11 - 34,00)	4,00	3,40	592,50	0,00
Hombre	2,00	2,21		
Mujer	2,00	2,03	32189,50	0,15
Frecuencia de consumo abusivo de alcohol				
Baja búsqueda de sensaciones (2,00 - 14,93)	0,00	0,69		
Alta búsqueda de sensaciones (25,11 - 34,00)	2,00	2,44	862,50	0,00
Hombre	1,00	1,36		
Mujer	1,00	1,03	31122,00	0,03
Frecuencia de consumo de éxtasis				
Baja búsqueda de sensaciones (2,00 - 14,93)	0,00	0,13		
Alta búsqueda de sensaciones (25,11 - 34,00)	0,00	0,54	1743,50	0,00
Hombre	0,00	0,20		
Mujer	0,00	0,10	32638,00	0,01

resultados obtenidos a través de la prueba U de Mann-Whitney, donde los factores sexo y nivel de búsqueda de sensaciones, no han sido ajustados entre sí.

DISCUSIÓN

En relación con las frecuencias de consumo de alcohol y de éxtasis, los resultados del presente estudio ponen de manifiesto unas cifras no del todo similares a las recogidas en las encuestas nacionales y en otro tipo de trabajos. Aunque no son el objetivo prioritario del presente trabajo, merece la pena hacer referencia a este tipo de cifras en comparación con los datos recogidos en encuestas similares. Así, el 81,4% de los jóvenes de 14 a 19 años señalan haber consumido alcohol alguna vez en la vida, un porcentaje algo superior al 75,7% señalado en la encuesta sobre drogas a población escolar 2002 (DGPNSD, 2003) y dentro del rango de 80%-90% señalado por la mayor parte de los estudios (e.g. Calafat y cols., 1985, 1989; Jiménez-Bueno y cols., 1997; Sáiz y cols., 1998). De forma similar, el 21,3% de los jóvenes de 14 a 19 años de edad encuestados señalan consumir alcohol una vez a la semana, lo que les sitúa por debajo de los datos ofrecidos por estudios como la encuesta domiciliaria sobre consumo de drogas de 1999 (DGPNSD, 1999), que indicaba un porcentaje semanal de consumo de 38,3% para los hombres y de 26,2% para las mujeres en el mismo rango de edad. Por su parte, el 9,3% de los encuestados señalan haber consumido éxtasis al menos una vez en su vida, lo que supone un porcentaje algo superior al 6,1% señalado por la encuesta escolar sobre drogas para el mismo nivel de edad (DGPNSD, 1999) y bastante por encima del 3,8% señalado por Sáiz y cols. (2001) en una muestra de estudiantes de secundaria de Oviedo. En este sentido, los datos obtenidos en relación al consumo de éxtasis resultan similares en mayor medida a los datos procedentes del Reino Unido, que elevan al 9,2% el porcentaje de consumo del grupo de población entre los 15 y los 16 años (McMiller y Plant, 1996). Finalmente, dentro este grupo de consumidores, es necesario señalar el elevado porcentaje de jóvenes que dice haber consumido sólo en una ocasión para

probar dicha sustancia (65,3%), lo que sitúa al éxtasis como una de las principales sustancias de experimentación.

Los resultados obtenidos en el presente trabajo se muestran bastante similitud con los ya existentes, aunque deben de contextualizarse en función del tamaño muestral y de la zona de recogida de la información, ya que los datos pueden variar ampliamente entre distintas áreas, tal como han puesto de manifiesto Pons y Pinazo (1997) en relación a las actitudes hacia el consumo de drogas. En este sentido, el tamaño muestral del presente estudio no resulta tan amplio como el manejado por otros autores (e.g. Sáiz y cols., 2001) y se circunscribe exclusivamente a la zona sur de la Comunidad de Madrid.

En relación a los objetivos prioritarios que ocupan este estudio, las actitudes hacia las sustancias han aparecido altamente asociadas al consumo, de acuerdo con lo señalado por autores como Jessor y Jessor (1977). Además, se puede observar una actitud más positiva hacia el consumo de alcohol que hacia el consumo de éxtasis.

Por otra parte, la actitud frente al consumo de alcohol se muestra asociada positivamente tanto a la frecuencia de consumo de dicha sustancia, como a su consumo abusivo, pero no resulta una variable predictiva de la frecuencia de consumo de éxtasis. Por el contrario, la actitud positiva frente al consumo de éxtasis sí se muestra como una variable predictiva de la frecuencia de consumo abusivo de alcohol.

Muchos investigadores han observado cómo los adolescentes tienden a pasar del consumo de drogas legales (como pueden ser el alcohol y el tabaco), al consumo de otras drogas ilegales (Chen y Kandel, 1995; Kandel y Yamaguchi, 1985). Parece claro que existe una relación significativa entre el consumo de drogas legales y el aumento de la probabilidad de consumo posterior de drogas ilegales (Becoña, 1999), según se ha puesto de manifiesto en los estudios llevados a cabo al respecto (Stenbacka, Allenbeck y Romelsjö, 1993; Werch y Anzalone, 1995). En el caso particular del presente trabajo, la existencia de una actitud positiva frente al consumo de alcohol no parece ser un factor directamente vinculado al consumo de éxtasis, pero sí parece claro que el paso hacia un patrón de consumo abusivo

de alcohol incrementa de forma significativa la probabilidad de consumir éxtasis. A un nivel preventivo, este dato subraya la necesidad de prestar una atención especial al patrón de consumo lúdico-festivo que, con una elevada frecuencia de episodios de embriaguez (Amengual y cols., 1993), se ha convertido en la forma habitual de consumo de alcohol entre los adolescentes en los últimos años.

Las actitudes frente al consumo de éxtasis y de alcohol han aparecido asociadas al nivel de búsqueda de sensaciones de los sujetos, observándose una actitud significativamente más favorable respecto al consumo de ambas sustancias entre los altos buscadores de sensaciones. El mismo resultado se obtiene en relación con la frecuencia de consumo de alcohol, con el consumo abusivo de alcohol y con la frecuencia de consumo de éxtasis. No obstante, se observa de forma generalizada que la búsqueda de sensaciones tiende a encontrarse asociada en mayor medida con las variables relacionadas con el consumo de alcohol (actitud positiva frente al consumo, frecuencia de consumo y frecuencia de consumo abusivo) que con las variables relacionadas con el consumo de éxtasis (actitud positiva frente al consumo y frecuencia de consumo abusivo). Esto contradice los resultados obtenidos por Zuckerman (1983), quien señaló a los psicoestimulantes como el grupo de sustancias cuya frecuencia de consumo se encontraría más asociada con la búsqueda de sensaciones. Por el contrario, en la misma línea de lo encontrado por Luengo y cols. (1996), la búsqueda de sensaciones parece estar asociada preferentemente con el consumo de drogas legales como el alcohol. En este sentido, Andrew y Cronin (1997) han indicado que el consumo de alcohol se encuentra preferentemente asociado con la necesidad de vivir experiencias intensas y no tanto con la necesidad de vivir sensaciones nuevas. Por otra parte, se debe tener en cuenta que una de las dimensiones subyacentes más importantes de la búsqueda de sensaciones es la sociabilidad (Zuckerman, 1994a), lo que es especialmente significativo en relación con el consumo de alcohol, debido al propósito social que adquiere el consumo de esta sustancia (Saiz y cols., 1999). De esta forma, podría plantearse como una de las razones fundamentales del consumo de alcohol la búsqueda de experiencias intensas, sobre todo de tipo social.

Por el contrario, la asociación de la búsqueda de sensaciones con la actitud frente al éxtasis y con el consumo de dicha sustancia no vendría tan determinada por los aspectos relacionados con la intensidad de la experiencia social. Por el contrario, parece lógico suponer que sea la búsqueda de experiencias nuevas y poco toleradas por la sociedad lo que se encuentre más relacionado con su consumo. El empleo de escalas de búsqueda de sensaciones diferentes a la de Zuckerman, que otorguen un peso similar a las dimensiones de intensidad y de novedad de la experiencia, tales como la escala *Arnett Inventory of Sensation Seeking* (AIS; Arnett, 1994), podría ayudar a aclarar esta hipótesis.

La búsqueda de sensaciones se ha mostrado como un factor asociado a todas las variables analizadas, lo que refuerza una vez más los datos obtenidos por la mayor parte de los trabajos previos (e.g. Jaffe y Archer, 1987; Kraft y Rise, 1994; Simon, Stacy, Sussman, y Dent, 1994; Luengo y cols., 1996). Dicha asociación resulta especialmente significativa con las actitudes frente a las sustancias. Además, durante el proceso de estimación de los modelos de regresión sobre las variables relacionadas con el consumo, se ha observado una pérdida de capacidad predictiva por parte de la búsqueda de sensaciones una vez que entraban a formar parte de la ecuación las actitudes frente al consumo de las sustancias.

Descartada la existencia de efectos de interacción entre la búsqueda de sensaciones y las actitudes frente al consumo (excepto en el caso de la frecuencia de consumo de éxtasis), resulta posible plantear la presencia de un papel mediador por parte de la actitud frente al consumo en la relación entre la búsqueda de sensaciones y la frecuencia de consumo. De esta forma, existiría un efecto indirecto de la búsqueda de sensaciones sobre el consumo a través de la modificación de las actitudes frente a las sustancias, algo que parece ir más allá de un efecto directo exclusivo basado en la impulsividad o en la "rápida decisión de aproximarse" (Zuckerman, 1994a). No obstante, parece igualmente clara la presencia de un efecto directo de la búsqueda de sensaciones sobre el consumo, dado que, de acuerdo con los análisis de regresión realizados, no se puede entender a las actitudes como variables mediadoras puras, de acuerdo con el modelo desarrollado por Baron y Kenny (1986).

En el caso concreto del consumo de éxtasis, la asociación entre la búsqueda de sensaciones y la actitud frente al consumo parece aún más compleja. Aquí sí se observa la presencia de un efecto de interacción entre ambas variables. Así, a medida que se incrementa el nivel de búsqueda de sensaciones, las actitudes frente al consumo de la sustancia resultan más predictivas del consumo de la misma. Parece por tanto necesario disponer de un nivel mínimo de búsqueda de sensaciones para que la presencia de una actitud favorable frente al consumo de éxtasis se convierta en una conducta real de consumo.

Las vías mediante las cuales la búsqueda de sensaciones actúa sobre el consumo del alcohol y del éxtasis parecen, por tanto, bastante distintas. En el primer caso, la búsqueda de sensaciones resulta un precursor en el desarrollo de actitudes positivas frente al consumo de alcohol, posiblemente a través de la búsqueda de experiencias intensas de tipo social. En el segundo caso, la búsqueda de sensaciones puede también actuar como un generador de actitudes positivas frente al consumo de éxtasis, pero sobre todo parece ejercer como un facilitador del paso desde la actitud positiva frente al consumo, hasta el consumo real de la sustancia, posiblemente dentro de los aspectos más relacionados con la búsqueda de la novedad y con la ruptura de normas sociales.

Por otro lado, la edad se ha mostrado asociada de forma directa tanto con la actitud positiva frente al consumo de alcohol, como con la frecuencia de consumo y de consumo abusivo de esta sustancia, tal como han encontrado autores como Andrew y Cronin (1997). El rango de edad que configura la muestra evaluada abarca el período de mayor relevancia en el inicio del consumo de sustancias, de manera que es esperable una asociación positiva entre ambas variables, especialmente en el caso del consumo de drogas legales de elevado significado social como lo es el alcohol. No parece ocurrir lo mismo en el caso del éxtasis, donde la edad no resulta significativamente asociada ni al consumo ni a la actitud frente al mismo.

Finalmente, no se han apreciado diferencias estadísticamente significativas en función del sexo en las actitudes frente al consumo de las dos sustancias examinadas. Del mismo modo, a pesar de

apreciarse diferencias en función de dicha variable en los aspectos específicos de consumo al emplear pruebas de tipo no paramétrico, el empleo tentativo de pruebas paramétricas no confirma estos resultados, de manera que se debería poner en duda la existencia de diferencias en función del sexo. Sólo aparecen diferencias de este tipo cuando el efecto de la búsqueda de sensaciones no ha sido controlado previamente, de manera que las diferencias entre hombres y mujeres se deberían fundamentalmente al distinto nivel de búsqueda de sensaciones que manifiestan unos y otros. Esto viene de nuevo a reforzar los datos obtenidos frecuentemente en la literatura, que señalan un mayor nivel de búsqueda de sensaciones entre los hombres que entre las mujeres (e.g. Lefkowitz, Kahlbaugh y Sigman, 1994; Langhinrichsen-Rohling y cols., 1998),

BIBLIOGRAFÍA

- Aiken, L.S. y West, S.G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, CA: Sage.
- 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.
- Andrucci, G.I., Archer, R.P., Pancoast, D.I., Gordon, R.A. (1989). The relationship of MMPI and sensation seeking scales to adolescent drug use. *Journal of Personality Assessment*, 53, 253-266.
- Arnett, J. (1994). Sensation seeking: A new conceptualization and a new scale. *Personality and Individual Differences*, 16, 289-296.
- Baron, R.M. y Kenny, D.A. (1986). The moderator mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Becoña, E. (1999). *Bases teóricas que sustentan los programas de prevención de drogas*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Best, D., Rawaf, S., Rowley, J., Floyd, K., Manning, V. y Strang, J. (2000). Drinking and smoking as concurrent predictors of illicit drug use and positive drug attitudes in adolescents. *Drug and Alcohol Dependence*, 60, 319-321.

- Calafat, A., Amengual, M. y Farres, C. (1985) Estilo de vida y hábitos de consumo de drogas entre estudiantes de enseñanza media. *Boletín de estupefacientes*, XXXVII (2 y 3), 121-131.
- Calafat, A., Stocco, P., Mendes, F. Simon, J., Van De Wijngaart, G., Sureda, P. y Cols. (1998). *Characteristics and Social Representation of Ecstasy in Europe*. Palma de Mallorca: IREFREA.
- Calafat, A., Amengual, M., Borrás-Ripoll, M. y Mejías, G. (1989). Consumo de drogas en Enseñanza Media. Comparación entre 1981 y 1988. *Revista Española de Drogodependencias*, 14, 9-28.
- Cárdenas, C. y Moreno-jiménez, B. (1989). La búsqueda de sensaciones y la ingesta de alcohol en la adolescencia. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 42, 343-349.
- Cohen, J. y Cohen, P. (1984). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (2nd, edition). Hillsdale (NJ): Erlbaum.
- Conrod, P.J., Peterson, J. y Pihl, R.O. (1997). Disinhibited personality and sensitivity to alcohol reinforcement: Independent correlates of drinking behavior in sons of alcoholics. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 21, 1320-1332.
- Chen, K. y Kandel, D. (1995). The natural history of drug use from adolescence to the mid-thirties in a general population sample. *American Journal of Public Health*, 85, 41-47.
- Del Barrio G.V. y Alonso S.C. (1994). Búsqueda de sensaciones y consumo de drogas legales en escolares. *Clínica y Salud*, 1, 69-81.
- DGPNSD (Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas) (1996). *Drogas de síntesis*. Madrid: Ministerio de Justicia e Interior.
- DGPNSD (Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas) (1999). Encuesta domiciliaria sobre consumo de drogas. Madrid: Ministerio de Justicia e Interior.
- DGPNSD (Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas) (2003). Encuesta sobre drogas a la población escolar. Madrid: Ministerio del Interior.
- Galizio, M., Gerstenhaber, L. y Friedensen, F. (1985). Correlates of sensation seeking in alcoholics. *International Journal of the Addictions*, 20, 1479-1493.
- Gamella, J. y Álvarez, A. (1997) *Drogas de síntesis en España. Patrones y tendencias de adquisición y consumo*. Madrid: PNSD.
- González, M., Ibáñez, I. y Peñate, W. (1997). Consumo de alcohol, búsqueda de sensaciones y dimensiones básicas de personalidad. *Análisis y Modificación de Conducta*, 23, 385-404.
- González-Gutiérrez, J.I., Peñacoba, C., Gallardo, C., Moreno-Rodríguez, R. y Ardoy, J. (2001). Factores de riesgo/protección y prevención de las

- drogodependencias. En A. Gil de Miguel (Dir.), *Intervención Preventiva en Salud Pública* (pp. 480-524). Madrid: Fundación de Estudios y Formación Sanitaria.
- Jaccard, J., Turrisi, R. y Wan, C. K.** (1990). *Interaction effects in multiple regression*. Newbury Park, CA.: Sage.
- Jaffe, L.T. y Archer, R.P.** (1987). The prediction of drug use among college students from MMPI, MCMI, and sensation seeking scales. *Journal of Personality Assessment*, 51, 243-253.
- Jessor, R. y Jessor, S.** (1977). *Problem Behaviour and Psychosocial Development: A longitudinal Study of Youth*. Nueva York: Academic Press.
- Jiménez-Bueno, M.C., Cabrero, E., Porres, E., Luna, J.D. y Maldonado, A.** (1997). El consumo de bebidas alcohólicas durante el fin de semana por adolescentes en el área de Alicante. *Adicciones*, 9, 171-179.
- Kaminer, Y.** (1999). Addictive disorders in adolescents. En S.N. Miller y R. Swift (Eds.), *Psychiatric clinics of North America* (pp. 275-288). Philadelphia : W.B. Saunders.
- Kandel, D., Kessler, R.C., y Magulies, R.S.** (1978). Antecedents of adolescent initiation into stages of drug use: A developmental analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, 7, 13-40.
- Kandel, D. y Yamaguchi, K.** (1985). Developmental patterns of the use of legal, illegal, and medically prescribed psychotropic drugs from adolescence to young adulthood. En C.L. Jones y R. Battjes (Eds.), *Etiology of Drug Abuse: Implications for prevention* (pp. 193-235). Rockville, MD: National Institute of Drug Abuse.
- Kraft, P. y Rise, J.** (1994). The relationship between sensation seeking and smoking, alcohol consumption and sexual behavior among Norwegian adolescents. *Health Education Research*, 9, 193-200.
- Krosnick, J.A. y Judd, C. M.** (1982). Transitions in social influence al adolescence: Who induces cigarette smoking? *Developmental Psychology*, 18, 359-368.
- Langhinrichsen-Rohling, J., Lewinsohn, P., Rohde, P., y Cols.** (1998). Gender Differences in the Suicide-Related Behaviors of Adolescents and Young Adults. *Sex Roles*, 39, 839-851.
- Lefkowitz, E. S., Kahlbaugh, P., y Sigman, M.D.** (1994, febrero). *Adolescent risk-taking and thrill-seeking: Relation to gender, AIDS beliefs, and family interactions*. Poster presentado en el Fifth Biennial Meeting of the Society for Research on Adolescence. San Diego, CA.
- Luengo, M.A., Otero, J. M., Romero, E. y Gómez, J.A.** (1996). Efectos de la necesidad de búsqueda de sensaciones sobre la involucración en el consumo de drogas en los adolescentes. *Análisis y Modificación de Conducta*, 22, 683-708.

- Maciá, D.** (2000). *Las drogas: conocer y educar para prevenir*. Madrid: Pirámide.
- Mcmillen, P. y Plant, P.** (1996). Drinking, smoking and illicit drug use among 15 and 16 year olds in the United Kingdom. *British Medical Journal*, *313*, 394-397.
- Muñoz-Rivas, M., Graña, J.I. y Cruzado, J.A.** (2000). *Factores de riesgo en drogodependencias*. Madrid: Sociedad Española de Psicología Clínica, Legal y Forense.
- Pedersen, W., Clausen, S.E. y Lavik, N.J.** (1989). Sensation seeking and drug use patterns among adolescents. *Acta Psychiatrica Scandinavia*, *79*, 386-390.
- Pons, J. y Pinazo, S.** (1997). Actitudes hacia las drogas y hábitat geográfico en una muestra de adolescentes. *Adicciones*, *9*, 223-233.
- Ratliff, K.G. y Burkhart, B.R.** (1984). Sex differences in motivation for and effects of drinking among college students. *Journal of Studies on Alcohol*, *45*, 26-32.
- Ridgeway, D. y Russell, J.** (1980). Reliability and validity of the Sensation Seeking Scale: Psychometric problems in form V. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, *48*, 662-664.
- Rooney, J.F. y Villahoz, J.** (1994). Análisis multivariable sobre las actitudes e influencias sociales relacionadas con el consumo de bebidas alcohólicas en una población de estudiantes de E.G.B. y E.E.M.M. *Revista Española de Drogodependencias*, *19*, 15-38.
- Sáiz, P.A., González, M.P., Bousoño, M. y Boves, J.** (1998). Conductas de uso de alcohol en jóvenes. *Psiquiatría Biológica*, *5* (Supl. 1), 24-30.
- Sáiz, P.A., González, M.P., Jiménez, L. y Cols.** (1999). Consumo de alcohol, tabaco y otras drogas y rasgos de personalidad en jóvenes de enseñanza secundaria. *Adicciones*, *11*, 209-220.
- Sáiz, P.A., González, M.P., Pearedes, B. y Cols.** (2001). Consumo de MDMA (éxtasis) en estudiantes de secundaria. *Adicciones*, *13*, 159-171.
- Schall, M., Kemeny, A. y Maltzman, I.** (1992). Factors associated with alcohol use in university students. *Journal of Studies on Alcohol*, *53*, 122-36.
- Schwartz, R.M., Burkhart, B.R. y Green, S.B.** (1978). Turning on or turning off: Sensation seeking or tension reduction as motivational determinants of alcohol use. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, *46*, 1144-1145.
- Simon, T.R., Stacy, A.W., Sussman, S. y Dent, C.W.** (1994). Sensation seeking and drug use among high risk Latino and Anglo adolescents. *Personality and Individual Differences* *17*, 1083-1090.

- Smith, G.m. y Fogg, C.P.** (1978). Psychological predictors of early use, late use, and non-use of marijuana among teenage students. En D. Kandel (Ed.), *Longitudinal research on drug use: Empirical findings and methodological issues*. Washington, DC: Hemisphere-Wiley.
- Stenbacka, M., Allenbeck, P. y Romelsjö, A.** (1993). Initiation into drug abuse: The pathway from being offered drugs to trying cannabis and progression to intravenous drug abuse. *Scandinavian Journal of Social Medicine*, 21, 31-39.
- Wagner, E. F., Brown, S. A., Monti, P. M., Myers, M. G., yWaldron, H. B.** (1999). Innovations in adolescent substance abuse intervention. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 23, 236-249.
- Werch, C. E. Y Anzalone, D.** (1995). Stage theory and research on tobacco, alcohol, and other drug use. *Journal of Drug Education*, 25, 81-98.
- Zuckerman, M.** (1983). A Biological Theory of Sensation Seeking, in Zuckerman. En M. Zuckerman (Ed.), *Biological Bases of Sensation Seeking, Impulsivity, and Anxiety* (pp. 37-76). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Zuckerman, M.** (1987). Is sensation seeking a predisposing trait for alcoholism? En E. Gottheil, K.A. Druley, S. Pashkey y S.P. Weinstein (Eds.), *Stress and addiction* (pp. 283-301). New York: Bruner/Mazel.
- Zuckerman, M.** (1994a). Sensation seeking and impulsivity: A marriage of traits made in biology? En W. McCown, J. Johnson y M. Shure (Eds.), *The impulsive client; Theory, research and treatment* (pp. 69-89). Washington, DC: American Psychological Association.
- Zuckerman, M.** (1994b) *Behavioural expressions and biosocial bases of sensation seeking*. Cambridge University Press.
- Zuckerman, M., Eysenck, S. y Eysenk, H.J.** (1978). Sensation seeking in England and America: cross-cultural age and sex comparisons. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46, 139-149