



Creencias e ideas irracionales en mujeres y varones en consumidores de cocaína

**Tesis de maestría en
drogodependencias. Algunos
resultados**

Universidad Peruana Cayetano Heredia

Milton Rojas V.

2007

Introducción

- El consumo de SPAs ha dejado de ser un comportamiento “exclusivo” de los varones. Está en curso un proceso de feminización de las drogas
- En el Perú el consumo de alcohol, particularmente en adolescentes escolares, las mujeres tienden a ingerir más alcohol que los varones (DEVIDA y ONUDD, 2007)
- En lo que se refiere al consumo de cocaína, se estima que por cada 20 adictos a la cocaína, hay entre 2 o 3 adictas a esta sustancia (CEDRO: Castro de la Mata et al, 2006)
- Diversas áreas de la drogodependencia han sido estudiadas; sin embargo, poco se sabe del esquema cognitivo (sistema de ideas y creencias) de los adictos y adictas.
- En el Perú las investigaciones en evaluación de programas de intervención e indicadores de recuperación son escasas. Estas nos dicen que el porcentaje de recuperados es modesto.
- Aún subsiste la tendencia del tratamiento farmacológico, biológico y de auto-ayuda en la dependencia a sustancias, descuidándose el tratamiento de los aspectos cognitivos (sistema de ideas, creencias y valores) en la intervención clínica.

Aspectos generales de la investigación

- Se estudia los patrones de creencias irracionales en adictos y adictas de cocaína, contrastado con un grupo de mujeres y varones no consumidores de SPAs
- La investigación es observacional, analítica, transversal y responde a un diseño cuantitativo
- Se trabajo con 84 adictos de cocaína (50 M y 34 V) y un grupo de 73 no consumidores de SPAs (39 M y 34 V)
- Las variables estudiadas fueron: Género, grupos etàreos y frecuencia e intensidad del consumo
- Instrumentos utilizados: Registro de Opiniones de A. Ellis, Ficha de Datos Generales, Ficha Personal, Ficha Socio-Económico

Algunos Resultados

Comparación de las creencias irracionales en varones consumidores y varones no consumidores de cocaína

	Grupo	N	Media	Desv. Tip.	Z	P >
Creencia 1	No consume	34	3.76	1.39	-2.37	0.02
	Consume		4.65	1.70		
Creencia 2	No consume	34	4.29	1.47	-3.05	0.002
	Consume		5.59	1.76		
Creencia 3	No consume	34	3.62	1.44	-2.21	0.03
	Consume		4.47	1.64		
Creencia 4	No consume	34	3.62	1.37	-4.15	0.00003
	Consume		5.35	1.72		
Creencia 6	No consume	34	3.82	1.51	-4.57	0.000005
	Consume		5.85	1.56		

Creencia 1: Es una necesidad extrema para el ser humano obtener amor y aprobación de todas las personas significativas en su vida

Creencia 2: Se debe ser indefectiblemente competente y casi perfecto en todo lo que se emprende

Creencia 3: Cierta clase de gente es vil, malvada e infame, deberían ser severamente culpabilizados por su maldad

Creencia 4: Es horrible cuando las cosas no van como uno quisiera que fueran

Creencia 6: Se debe sentir miedo o ansiedad ante cualquier cosa desconocida, incierta o potencialmente peligrosa

Comparación de las creencias irracionales en mujeres consumidoras y mujeres no consumidoras de cocaína

	Grupo	N	Media	Desv. Tip	Z	P >
Creencia 3	No consume	39	3.23	1.49	-2.61	0.009
	Consume	50	4.26	1.97		
Creencia 4	No consume	39	4.18	1.17	-2.19	0.03
	Consume	50	5.04	1.83		
Creencia 5	No consume	39	2.77	1.56	-1.98	0.05
	Consume	50	3.48	1.54		
Creencia 7	No consume	39	3.90	1.76	-1.99	0,04
	Consume	50	4.66	1.64		

Creencia 3: Cierta clase de gente es vil, malvada e infame, deberían ser severamente culpabilizados por su maldad

Creencia 4: Es horrible cuando las cosas no van como uno quisiera que fueran

Creencia 5: Los acontecimientos externos son la causa de la mayoría de las desgracias de la humanidad; la gente simplemente reacciona según como los acontecimientos inciden sobre sus emociones

Creencias 7: Es más fácil evitar los problemas y responsabilidades que hacerles frente

Comparación de las creencias irracionales en adolescentes (mujeres y varones) consumidores de cocaína y adolescentes (mujeres y varones) no consumidores

	Grupo	N	Media	Desviación Tip.	Z	P >
Creencia 3	No consume	40	3.68	1.46	-2.12	0.03
	Consume	30	4.50	1.96		
Creencia 4	No consume	40	4.05	1.20	-3.03	0.002
	Consume	30	5.43	2.01		
Creencia 5	No consume	40	2.93	1.33	-2.84	0.004
	Consume	30	3.87	1.25		
Creencia 6	No consume	40	5.00	1.78	-2.00	0.04
	Consume	30	5.90	1.77		
Creencia 7	No consume	40	4.05	1.93	-1.95	0.05
	Consume	30	4.97	1.69		

Creencia 3: Cierta clase de gente es vil, malvada e infame, deberían ser severamente culpabilizados por su maldad

Creencia 4: Es horrible cuando las cosas no van como uno quisiera que fueran

Creencia 5: Los acontecimientos externos son la causa de la mayoría de las desgracias de la humanidad; la gente simplemente reacciona según como los acontecimientos inciden sobre sus emociones

Creencia 6: Se debe sentir miedo o ansiedad ante cualquier cosa desconocida, incierta o potencialmente peligrosa

Conclusiones

- El grupo de consumidores (Ms y Vs) obtuvieron una elevada puntuación respecto a la muestra de control (con excepción de la creencia 8).
- Estas diferencias se hacen más notables en las creencias 1, 2, 3, 4, 6 y 7 ($p < 0,05$).
- En el grupo de adolescentes consumidores (Vs y Ms) se encuentra una mayor intensidad de creencias erróneas en relación a los otros grupos examinados (jóvenes y adultos consumidores).
- Las comparaciones entre creencias irracionales y la frecuencia de consumo: 1 o 2 veces por semana y, para consumo ínter diario y diario, no arrojaron diferencias significativas.
- Hay evidencia de ciertas diferencias entre mujeres y hombres, incluyendo el área cognitiva; sin embargo, cuando se desarrolla la dependencia a la cocaína no se evidencia diferencias cognitivas en el rubro de las creencias e ideas erróneas.

Perfil del esquema cognitivo de los adictos y adictas a cocaína

ESQUEMA COGNITIVO FEMENINO	ESQUEMA COGNITIVO MASCULINO
Predomina Locus de Control Interno	Predomina Locus de Control Externo
Déficit de auto-eficacia	Necesidad de tener una fuerte energía fuera de sí
Rasgos depresivos previos al consumo	Mayor tendencia a la irracionalidad
Incapacidad para poder enfrentar y hallar alternativas de solución por sí misma	Depresión post-consumo
Menor éxito para rechazar las presiones de ofrecimiento	Se ofuscan al pensar que los demás son mejores
Las adolescentes reciben mayor presión social y biológica por los cambios que involucra esta fase, repercutiendo en el esquema cognitivo de forma diferente que el adolescente varón	Fuerte dependencia de personas de su entorno
	Las opiniones de las personas que pueden ser consumidores o consumidoras de sustancias, modifican su comportamiento a favor de dichas opiniones

Factores de Riesgo asociados el consumo de cocaína

Características	P >	OR	IC 95%	
Edad				
Sexo				
Estructura familiar				
Estado. Civil: Casado				
Estado. Civil: Divorciado/Separado	0.022	30.44	1.65	559.00
Grado de instrucción	0.000	66.26	17.85	245.99
Nivel Socioeconómico: Alto	0.006	8.97	1.9	42.26
Nivel Socioeconómico: Medio				

1. A cualquier edad, ya sea hombre o mujer, existe riesgo de consumo y de dependencia cocaínica
2. Los separados y divorciados tienen un riesgo de 30 veces de iniciarse en el consumo y desarrollar adicción
3. Los estudiantes de instrucción primaria y secundaria tienen más riesgo de consumo
4. Pertener a un estatus social alto es un factor de riesgo