

**Título** Búsqueda de sensaciones y Autoestima en Adultos

---

**Tipo de Producto** Ponencia (resumen)

---

**Autores** Nieri, L; Muller, K, Maldonado, S & Fritzler, I

---

XXIV Jornadas de Investigación en Psicología (UBA), Argentina, CABA, Noviembre 2017

---

## Código del Proyecto y Título del Proyecto

---

A17S19 - Creencias, prácticas y concepciones acerca del beso en diferentes generaciones

---

## Responsable del Proyecto

---

Nieri, Liliana Paola

---

## Línea

---

Psicología Educativa y del Desarrollo

---

## Área Temática

---

Psicología

---

## Fecha

---

Noviembre 2017

---

**INSOD**

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas  
Proyectuales



## **Búsqueda de sensaciones y Autoestima en Adultos**

Autores: Nieri, L<sup>1,2</sup>; Muller, K<sup>1</sup>, Maldonado, S<sup>1</sup> & Fritzler, I<sup>1</sup>

Institución: UADE<sup>1</sup>- CONICET<sup>2</sup>

Mail: liliananieri@hotmail.com

Esta investigación tuvo por objetivo analizar la relación entre búsqueda de sensaciones y autoestima en población adulta de la provincia de Buenos Aires. Además se buscó establecer si existe relación entre la búsqueda de sensaciones y el consumo de alcohol y otras sustancias para desinhibirse.

El diseño de esta investigación fue no experimental de tipo correlacional. La muestra de esta investigación estuvo compuesta por 720 participantes, de los cuales el 70.4% corresponde al género masculino ( $n=507$ ) y el 29.6% ( $n=213$ ) al género femenino. La edad media de la misma fue de 25.32 ( $DS= 9.15$ ).

Los instrumentos utilizados fueron: cuestionario sociodemográfico, Escala de autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1965) y el cuestionario búsqueda de sensaciones (Zuckerman, 1983)

Los resultados obtenidos permiten observar que existen correlaciones débiles entre el autoestima y las dimensiones desinhibición ( $r=-.09$ ) y susceptibilidad hacia el aburrimiento ( $r=.08$ ). Con respecto a la búsqueda de sensaciones y su relación con el consumo de alcohol y de sustancias, se encontraron diferencias significativas entre el consumo de alcohol con la escala total Búsqueda de sensaciones ( $t=2.539$ ;  $p<0.05$ ) y sus dimensiones: Búsqueda de emoción ( $t=2.2978$ ;  $p<0.05$ ); Búsqueda de excitación ( $t=2.055$ ;  $p<0.05$ ); Desinhibición ( $t=11.829$ ;  $p<0.01$ ) y Susceptibilidad hacia el aburrimiento ( $t=3.282$ ;  $p<0.01$ ). Asimismo, se encontraron diferencias significativas entre el consumo de sustancias y las dimensiones: Búsqueda de emoción ( $t=2.570$ ;  $p<0.01$ ); Búsqueda de excitación ( $t=12.151$ ;  $p<0.01$ ) y Desinhibición ( $t=11.555$ ;  $p<0.01$ ).

A modo de conclusión, la búsqueda de sensaciones no necesariamente se relaciona con conductas de riesgo. Lo que significa que los sujetos con una alta búsqueda de sensaciones no buscan el riesgo en sí mismo sino participar en actividades estimulantes

Palabras clave: búsqueda de sensaciones, autoestima, consumo de sustancias

