

Adolescencia y alcohol: Buscando significados en la persona, la familia y la sociedad.

Autores:

Gonzalo Musitu Ochoa

Doctor en Psicología

Catedrático del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Pablo de Olavide

Javier Pons Diez

Doctor en Psicología

Profesor del Departamento de Psicología Social de la Universitat de Valencia

Capítulo del libro “Hablemos de alcohol: Por un nuevo paradigma en el beber adolescente”, páginas 137-170. Compilador del libro: Javier Elzo. Editorial Entimema, Madrid (2010).

.....
.....

1.- INTRODUCCIÓN: ¿QUÉ ESPERA ENCONTRAR EL JOVEN EN UNA BEBIDA ALCOHÓLICA?

La adolescencia es el período en el que más probablemente aparece el hábito social de consumo de alcohol (Giró, 2007; Laespada y Elzo, 2007a). Es un período de transición entre la infancia y la adultez, en el cual el adolescente se siente miembro y partícipe de una “cultura de edad” caracterizada por sus propios comportamientos, valores, normas, argot, espacios y modas. Las normas de los grupos en los que el adolescente se integra, los compromisos que en ellos asume y los valores que por la interacción grupal interioriza van a contribuir a la construcción de su identidad personal (Mietzel, 2005).

En lo que se refiere a los índices de prevalencia de consumo en población adolescente, Sánchez-Pardo (2002) explica, a partir de un estudio llevado a cabo con adolescentes de entre 15 y 19 años, que el 76% de éstos ha consumido alguna vez en su vida bebidas alcohólicas. Además, también refleja que el 50,2% presentan un consumo ligero durante los fines de semana, en el 28,5% el consumo es moderado y en el 6% es elevado. En cuanto a datos de organismos oficiales, el estudio del Observatorio Español sobre Drogas (2006), con adolescentes de 14 a 18 años, encuentra que el 58% de los encuestados manifestaba haber consumido alcohol y el 27,8% tabaco, en los 30 días previos a la encuesta –ver Tabla 1–.

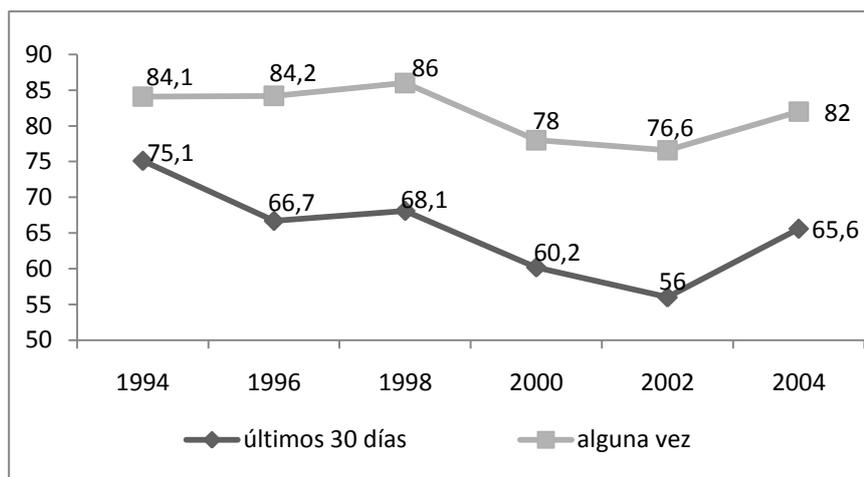
Tabla 1

Prevalencia del consumo habitual de drogas institucionalizadas entre los estudiantes de 14 a 18 años.

SUSTANCIAS	Porcentajes de consumo en los últimos 30 días								
	2002			2004			2006		
	TOTAL	CHICOS	CHICAS	TOTAL	CHICOS	CHICAS	TOTAL	CHICOS	CHICAS
Alcohol	56,0	56,7	55,4	65,6	65,5	65,7	58,0	58,1	58,0
Tabaco	29,4	25,0	33,4	37,4	32,9	41,9	27,8	24,8	30,6

Fuente: Observatorio Español sobre Drogas (2006).

El alcohol y el tabaco continúan siendo las sustancias más consumidas y, aunque entre los años 1994 y 2002 se había observado una continua tendencia decreciente en el consumo de ambas sustancias, esta pauta se rompió entre los años 2002 y 2004, pero volvió a decrecer en el 2006. Como podemos observar en el Gráfico 1, entre los años 2002 y 2004 se produjo un incremento tanto en el porcentaje de adolescentes que consume habitualmente alcohol como en el de aquéllos que han tenido la experiencia de haberlo probado alguna vez en la vida. En el 2006 estos consumos disminuyeron ligeramente.

Gráfico 1

Evolución del consumo de alcohol entre los estudiantes de 14 a 18 años, en porcentajes.

Fuente: Observatorio Español sobre Drogas (2006)

Paralelamente, se ha constatado entre los adolescentes españoles la tendencia a desarrollar patrones de consumo de carácter episódico y excesivo, localizados principalmente en el fin de semana. En este sentido, parece ser que en nuestra sociedad se están adoptando pautas de consumo de tipo anglosajón –alta ingesta en un período corto de tiempo–, unido a patrones de policonsumo o combinación de varias drogas, todo ello frente al estilo tradicional latino-mediterráneo –dosis bajas todos los días–. La encuesta del Observatorio Español sobre Drogas (2004) refleja que el 58% de los adolescentes se había emborrachado alguna vez en la vida y que el 34,8% lo había hecho en los 30 últimos días.

Es un hecho que las bebidas alcohólicas se encuentran asociadas a altas tasas de morbilidad en las sociedades industrializadas (World Health Organization, 2000). La prevalencia de su consumo sigue siendo notable, también entre los adolescentes, y ello a pesar de disponer, cada vez más, de información sobre las consecuencias negativas para la salud del abuso de alcohol. De ello es fácil derivar una pregunta obvia que se halla latente en todo acercamiento al consumo juvenil de alcohol: ¿Por qué muchos adolescentes consumen alcohol de manera abusiva, pese a estar muy claras las consecuencias negativas de tal abuso? Una primera respuesta la podremos encontrar en el siguiente hecho: Lo realmente relevante no es tanto lo que el adolescente “sabe” sobre el alcohol, sino cómo “piensa” sobre el alcohol, sobre sus efectos psicoactivos, sobre su significado social, sobre sus posibles consecuencias para la salud y sobre la relación de él mismo con las anteriores variables. Esta respuesta inicial que hemos dado a la cuestión, avalada por datos empíricos con muestras de adolescentes españoles (Pons, 2001), nos llevará a considerar el papel que tienen las expectativas hacia las bebidas alcohólicas como antecedente de la conducta de consumo.

Efectivamente, en el contexto evolutivo y social de la adolescencia van a cristalizar unas expectativas hacia el alcohol, que actuarán como predisponentes próximos de la conducta de consumo. Las expectativas hacia las bebidas alcohólicas son creencias referidas a los efectos que éstas producirán en el comportamiento, el estado de ánimo y las emociones de quien las ingiera (Pilatti, Cassola, Godoy y Brussino, 2005). La percepción de una asociación causal entre un comportamiento dado y ciertos resultados conduce a una predisposición, en forma de expectativas del tipo “si..., entonces...” Estas asociaciones influyen, en su momento, en la disposición hacia una conducta específica, en este caso, consumir alcohol. Como apuntan Goldman y Darkes (2004) las expectativas positivas hacia el alcohol incluyen expectativas “de activación” y “de sedación”. Las primeras se refieren a la dimensión desinhibidora y facilitadora social de las bebidas alcohólicas, mientras que las segundas hacen referencia a la capacidad ansiolítica de éstas. La motivación a consumir alcohol estará guiada por la creencia acerca de las gratificaciones que se derivarán de sus efectos psicoactivos y de su significado social, es decir, de las consecuencias gratificantes que se derivan de ingerir alcohol (Ardila y Herrán, 2008; Mackintosh, Earleywine y Dunn, 2006). En conclusión, al ingerir una bebida alcohólica se espera –y se busca– obtener gratificaciones más valoradas, más verificables a corto plazo y más probables que los posibles riesgos que entrañe tal conducta.

En diversos trabajos de investigación se ha comprobado que las expectativas positivas están ya presentes en los niños, antes incluso de que tengan su primera experiencia directa de consumo de alcohol con el grupo, y que tales expectativas se van incrementando con la edad

hasta llegar a la adolescencia (Dunn y Goldman, 2000; Hipwell, White, Loeber, Stouthamer-Loeber, Chung y Sembower, 2005). A este respecto, Hampson, Andrews, Barckley y Severson (2006) comprueban que conforme los niños crecen, van desarrollando imágenes más positivas del joven bebedor, creencias acerca de que es normal beber en la adolescencia e intenciones conductuales de beber al llegar a esa edad.

Ya en el período adolescente, las expectativas positivas hacia el alcohol predicen el consumo, en el sentido de que los adolescentes con mayor probabilidad de consumo abusivo son, claramente, los que atribuyen más efectos positivos al alcohol (Pons y Berjano, 1999; Randolph, Gerend y Miller, 2006; Zamboaga, 2005). No habrá que olvidar que las expectativas de gratificación en los adolescentes ya consumidores están fortalecidas por su propia experiencia de consumo, considerando, obviamente, las gratificaciones psicológicas y relacionales que de él se han derivado (Allen, 2003). En todo caso, la presencia desde la infancia de ciertas expectativas remite a la existencia de vectores de fuerza de procedencia supraindividual en su creación. Es decir, el origen de esas expectativas habrá que encontrarlo en factores sociales de mayor profundidad. Si bien las expectativas positivas actúan como predisponentes próximos de la conducta de consumo, éstas, por sí mismas, no son suficientes para entender la complejidad de tal conducta. La consideración de factores supraindividuales permitirá una visión más exhaustiva de la conducta de consumo y una comprensión más clara y rigurosa. Para ello, la perspectiva socioecológica se presenta como una propuesta teórica altamente útil para analizar y comprender el consumo abusivo de alcohol entre los jóvenes.

2.- LA PERSPECTIVA SOCIOECOLÓGICA

Hasta la década de los sesenta del pasado siglo, los planteamientos teóricos sobre el consumo de sustancias en adolescentes se centraban en factores específicos del individuo, tales como rasgos de personalidad, déficits en la construcción del yo o carencias relacionales, concediendo importancia, como mucho, a la exposición de la persona a ciertos modelos de comportamiento (Musitu, Buelga, Lila y Cava, 2001). Desde los años setenta se empiezan a barajar datos epidemiológicos que demuestran que el consumo abusivo de sustancias no se reduce a una realidad que guarde regularidad con un cierto tipo de problemas individuales, por lo que se hace necesario extender la explicación más allá de las variables específicas de la persona. El consumo de alcohol y otras drogas responde a una causalidad más amplia, en la que a los factores personales hay que unir los que provienen de las relaciones familiares y grupales y de las instituciones sociales (Igra e Irwin, 1996).

Para afrontar los problemas sociales de una manera realista y eficaz es necesario partir de una posición teórica que permita contemplar todo el contexto socioecológico en que se socializa el sujeto, los grupos de los que forma parte y la influencia de éstos en las creencias, valores y actitudes que intervienen en la conducta de ese sujeto (Herrero, 2004; Musitu, 1998). El bienestar social y la calidad de vida, el cuidado y la promoción de la salud y la misma prevención acontecen, de forma necesaria, dentro del denso tejido social en el que transcurre la historia personal de los individuos. El punto de partida del modelo socioecológico se halla en la idea de que las actuaciones humanas dependen, en gran medida, de contextos más amplios. La conducta humana es el resultado de la progresiva acomodación mutua entre un ser humano activo, en desarrollo, y las propiedades cambiantes de los entornos inmediatos en los que vive; este proceso de acomodación no sólo se ve influido por las relaciones entre la persona y sus entornos, sino también por las relaciones que se establecen entre esos entornos entre sí y por los contextos más amplios en los que están integrados (Bronfenbrenner, 1979). Desde esta perspectiva, la salud no se puede definir desde el individuo aislado sino haciendo referencia a su entorno total –físico, social, económico, cultural, político,...-. La salud no es un atributo del individuo, sino de su interacción con el denso campo de relaciones en que ocurre su conducta (Cantera, 2004). Así, el estilo de vida saludable de una persona estará definido por una serie de factores interrelacionados entre sí, tales como: Características individuales, características del entorno microsocioal –familia, amigos, trabajo, comunidad,...- y factores macrosociales –sistema social, cultura de valores imperante, medios de comunicación,...-.

En este modelo se asumen una serie de interrelaciones e interdependencias complejas entre el sistema orgánico, el sistema conductual y el sistema ambiental. Al hablar de ambiente no sólo se contemplan los factores físicos y sociales, sino también las percepciones que de aquél tienen las personas, es decir, el sentido y significado que el ambiente adquiere para las personas que interaccionan en él y con él. Así, serán tomados en consideración tanto aspectos físicos, biológicos y psicológicos, como sociales, culturales, económicos y políticos. Por lo tanto, si se pretende comprender el complejo mecanismo del consumo de sustancias entre los jóvenes, será necesario implicar en la explicación a las múltiples características socioambientales en las que participa el joven, sus grupos y sus decisiones.

La explicación socioecológica reinterpreta el problema del consumo de sustancias al considerarlo como fenómeno integral y problema social que incluye al individuo, a la familia, a la comunidad, a la sociedad, al sistema histórico-cultural, al sistema político, al sistema económico, al sistema jurídico y al propio producto y sus efectos en un individuo que

desarrolla su comportamiento en un marco definido por los anteriores contextos. No obstante, la explicación socioecológica no debería entenderse como una especie de “cajón de sastre” en el que cabe todo aquello que tiene diferente ubicación en otros modelos interpretativos. La explicación socioecológica tiene sentido por sí misma, por cuanto contempla al consumidor y a todos los factores no de forma aislada, sino integrados dentro de una estructura ambiental más amplia que es, precisamente, la que les otorga sentido, y de la cual, a su vez, son creadores.

Lo anterior sugiere la actuación de factores de riesgo, entendidos como variables predisponentes, y de factores de protección, entendidos como variables reductoras de la predisposición¹ (Buelga, Ravenna, Musitu y Lila, 2006). Los factores de riesgo y de protección no pueden ser entendidos en términos de causalidad necesaria, sino de probabilidad. Cuantos más factores de riesgo estén presentes, mayor será la probabilidad de consumo abusivo; además, cuanto más dure la exposición a éstos, más se incrementará esa probabilidad (Secades, García-Rodríguez y Fernández-Hermida, 2006). Desde la perspectiva socioecológica estos factores se amplían desde lo individual a lo microsocio y macrosocio. Los factores de riesgo y de protección no sólo hay que buscarlos en la persona sino, también y sobre todo, en sus entornos. Es necesario buscar los condicionantes de la conducta en los diferentes ámbitos que la dimensionan: El psicológico, el relacional y el sociocultural. Además, la incidencia de cada factor no se contempla aisladamente, sino de manera interrelacionada, formando constelaciones de fuerzas que repercuten de manera conjunta e interrelacionada en la conducta de un individuo (Hawkins, Catalano y Arthur, 2002; Pérez de Arróspide, 1998). Así, la investigación delimita factores que, a su vez, observan una regularidad de aparición con otro de su misma especie. Lo ilustraremos con un ejemplo: Las expectativas de recompensa que aumentan la probabilidad de iniciar el consumo de alcohol pueden construirse a partir de las experiencias socializadoras del individuo en su familia y de los significados integrados en los medios de comunicación; de este modo, la conducta final puede explicarse no sólo por factores de la persona, sino también por factores sociales condicionantes de lo individual.

La conducta se puede considerar, desde esta perspectiva, como el producto de un complejo campo de fuerzas. El modelo socioecológico, al revalorizar al ser humano en su esencia como ser social y cultural, permitirá explicar los problemas sociales como fenómenos multidimensionales, posibilitando buscar y descubrir nuevas alternativas de intervención que

¹ Aunque, como será discutido en páginas posteriores, no toda variable que disminuya la predisposición al consumo podrá ser considerada como factor de protección.

permitan reducirlos y controlarlos, atacando sus causas en diferentes niveles de profundidad. En todo caso, en este modelo no se propone una explicación fundamentada en un determinismo contextualista, según el cual el individuo es una simple copia de su ambiente o un simple efecto pasivo de lo que ocurre a su alrededor; al contrario, se parte siempre de la noción de las personas como sujetos activos en la definición de sus conductas, aún cuando participen de la esencia misma del medio sociocultural. Al fin y al cabo, la sociedad, los grupos y la cultura son individuos en acción y en relación, lo cual nos lleva a pensar que, así como lo social repercute notablemente sobre lo individual, son las personas y su actividad las que crean y definen la sociedad (Collins, 2004).

En consecuencia, la prevención desde esta perspectiva, es asumida integralmente, dirigiéndose la acción interventora a las causas del problema y no sólo a sus manifestaciones. La intervención se conceptualiza desde la prevención primaria, entendida como una tentativa científica dirigida a conocer los factores asociados a un problema social y a intervenir desde ellos. La prevención primaria se contempla como una acción fortalecedora de los factores de protección y reductora de los factores de riesgo. Así, las experiencias socializadoras de los sujetos se consideran como vectores de fuerza que condicionan su comportamiento social. Se tratará de intervenir sobre estos vectores, más que sobre las intenciones conductuales del adolescente consumidor o potencial consumidor. La prevención comienza desde la infancia, pues el concepto de prevención primaria se convierte en inespecífico, orientado al desarrollo integral del individuo y no únicamente a la evitación de una conducta concreta.

Del mismo modo, la prevención del abuso de alcohol incluirá proponer a la sociedad en su conjunto un análisis crítico, aunque pausado, objetivo y no moralizante, de los usos y costumbres que legitiman el consumo abusivo de sustancias institucionalizadas. El comportamiento humano no es ajeno a las influencias de aquellos factores macrosociales definidos por las características históricas, políticas y etnográficas de una sociedad. Los comportamientos cotidianos se asientan no sólo en decisiones individuales e influencias microsociales, sino también en estos factores de amplio alcance. Por ello, no puede desdeñarse el conocimiento amplio de los condicionantes socioculturales que llevan a una actitud acrítica ante las drogas de uso común, como es el caso del alcohol.

Por todo ello, partiremos desde esta perspectiva para contemplar y exponer una explicación comprensiva acerca del consumo de alcohol entre los adolescentes, que tenga utilidad no sólo en la teoría, sino también en la praxis preventiva. En los apartados siguientes destacaremos los principales factores que la literatura científica ha vinculado a este consumo

y lo haremos refiriéndonos a tres ámbitos en que éstos se verifican: La persona, el contexto familiar y el contexto sociocultural.

3.- ADOLESCENCIA Y ALCOHOL: LA PERSONA

En el primer apartado de este trabajo planteábamos y discutíamos el papel de las expectativas hacia el alcohol como variable predisponente del consumo entre los adolescentes. La cuestión, no del todo cerrada, es por qué, cómo y cuándo esas expectativas de recompensa pesarán más que el conocimiento objetivo de los efectos negativos del consumo. Comúnmente, ha sido tópico de debate en la literatura sobre prevención e intervención social si la información disponible acerca del riesgo tiene o no un efecto disuasorio significativo (Gil-Lacruz, 2007; Giró, 2007; Moliner, 1998; Sánchez-Vidal, 1998). La línea de controversia se mueve en torno a si el conocimiento objetivo de qué conductas pueden perjudicar a la salud disuadirá de realizarlas o si, por el contrario, tales conductas pueden llevarse a cabo aun siendo el individuo conocedor de sus riesgos. Si la información sobre el riesgo es incompatible con la conducta que lo provoca, la prevención deberá basarse en la divulgación de aquélla; en caso contrario, habría que seguir buscando factores de más profundidad y complejidad desde los cuales intervenir.

Lo cierto es que hace ya más tres décadas que la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda a sus estados miembros no centrar los programas preventivos en materia de salud en la divulgación de información, pues la información recibida no es condición suficiente para un cambio de actitud y de conducta (Salleras, 1985). Es decir, informar a los jóvenes sobre los peligros del alcohol no es condición suficiente para reducir la probabilidad de su consumo abusivo, pues ésta depende de otras variables. Efectivamente, como se desprende de los datos empíricos, los adolescentes que consumen más alcohol no son los que tienen peores conocimientos sobre sus efectos negativos, así como los que poseen información más veraz no tienen menor riesgo de ser consumidores abusivos (Pons, 2001). En consonancia con ello, la recomendación de la OMS hace hincapié en promover una motivación en los receptores de las campañas preventivas que actúe sobre los componentes afectivo y conativo de las actitudes y no sólo sobre el cognitivo, pues sólo así el conocimiento de que el abuso de alcohol es perjudicial podrá tener un efecto conductual. Esto concuerda con una noción de carácter general, que nunca hemos de dejar de lado: En la actuación humana los factores racionales son sólo un tipo de factor.

En relación con el papel de la información objetiva, es necesario recordar que una característica propia de la lógica del pensamiento adolescente es la ilusión de invulnerabilidad. Se trata de un tipo de percepción de la realidad en la que el sujeto minusvalora la probabilidad de que le ocurran a él las consecuencias negativas de determinada conducta, a pesar de conocer la relación entre tal conducta y tales consecuencias (Mietzel, 2005). Es esperable, en consecuencia, que un adolescente defina de esta manera su relación con el riesgo, aunque, desde luego, habrá diferencias individuales y cuanto menor sea la percepción del riesgo mayor será la probabilidad de consumo (Buelga et al., 2006; Martínez-González y Robles, 2001). En la investigación de Giró (2007) se recogen las razones que dan los adolescentes abstemios o bebedores muy esporádicos para no consumir, siendo muy poco relevante el miedo a un accidente o a una futura adicción o enfermedad, mientras que el rechazo a la experiencia fisiológica negativa de una borrachera destaca sobremanera sobre cualquier otra razón. Es decir, son argumentos basados en experiencias inmediatamente verificables –y, probablemente, ya verificadas personal o vicariamente– los que llevan a la motivación de no consumir.

Precisamente, la percepción de vulnerabilidad es uno de los factores necesarios para que una persona esté motivada a realizar conductas de cuidado de su salud, sean éstas terapéuticas o preventivas (Gil-Lacruz, 2007). Si una persona no percibe que su salud o su integridad pueden ser perjudicadas por la realización de ciertas conductas, será escasamente probable que se encuentre motivada a evitarlas. Por tanto, si no se percibe vulnerabilidad, el llamamiento al miedo no tendrá el efecto pretendido. Y la percepción de vulnerabilidad no depende directamente de aumentar la intensidad o la insistencia del mensaje disuasorio. Ciertamente, el cambio actitudinal basado en los llamamientos al miedo es menos probable cuando el receptor se habitúa a la información aversiva, cuando ésta proviene de una fuente con la que no se identifica o cuando se percibe el mensaje aversivo como excesivamente intenso o poco creíble (Moya, 1999). Puede observarse que muchos de los mensajes que con intención preventiva son elaborados en el ámbito educativo, sanitario, mediático o familiar están fundamentados en la inducción de temor y poseen las anteriores características. Por otro lado, como apuntábamos más arriba, no es realista considerar que todo el comportamiento humano responda a criterios racionales. En muchas ocasiones, la formación y cambio de actitudes no será posible a través de procesos deliberativos, sino por la acción de heurísticos o señales superficiales a las que el individuo concede gran verosimilitud (Cialdini y Sagarin, 2005). Por ejemplo, ciertas observaciones de lo que pasa en la realidad, del tipo “todos mis amigos beben”, “quien bebe se divierte mucho”, “en todas las fiestas hay alcohol”,..., pueden

bastar para concluir un posicionamiento favorable hacia el consumo sin la mediación, y esto es muy importante, de procesos deliberativos.

Además, no habrá que olvidar que en la adolescencia lo peligroso supone un reto, de manera tal que aquella conducta que se presenta como arriesgada o peligrosa puede percibirse como más atrayente (Desrichard y Denarié, 2005). Si el adolescente pondera inadecuadamente el riesgo asociado al consumo de alcohol, lo que está haciendo es minusvalorar sus efectos negativos a medio y largo plazo, y enfatizar la atracción y la gratificación inmediata que posee un comportamiento calificado socialmente como “peligroso”. Por supuesto, este proceso no está exento de significados sociales, tales como el diferente lugar que ocupan, en el imaginario colectivo, los valores del riesgo y la abstinencia o que el consumo de alcohol, en nuestra cultura, venga asociado a un significado social que va oscilando a lo largo del ciclo vital entre la transgresión, la iniciación al mundo adulto y la manifestación de cierto tipo de atractivo personal. De hecho, la reputación ocupa una posición central en la vida de los adolescentes (Carroll, Green, Houghton y Wood, 2003; Emler y Reicher, 2005; Musitu, Estévez y Jiménez, 2009), como, desde luego, también en las tendencias conductuales típicas de nuestra especie, pues la reputación, en los humanos, se halla asociada a las motivaciones básicas de autoestima y de pertenencia (Baumeister y Leary, 1995). Así, para algunos adolescentes, la reputación se relacionará con la realización de ciertas conductas de riesgo, que implican atreverse a hacer algo calificado de peligroso, como el consumo de sustancias así definidas (Buelga, et al., 2006). Beber alcohol puede ser una manera de incrementar la imagen que se ofrece ante los demás y de probar uno mismo sus propias posibilidades físicas y psicológicas (Palmonari, 1997).

La necesidad de autoafirmación juega un papel importante en el consumo de sustancias entre los adolescentes. Se ha comprobado que la probabilidad de consumo de alcohol y de cannábicos se incrementa en aquellos adolescentes con una percepción negativa de sí mismos e insatisfacción con la propia vida (Pons, Pinazo y Carreras, 2002; Zullig, Valois, Huebner, Oeltman y Drane, 2001), así como en los que poseen peores recursos de afrontamiento del estrés y dificultades para obtener apoyo afectivo en sus familias (Buelga y Musitu, 2006). En otros estudios se ha encontrado que los jóvenes varones que se perciben a sí mismos con dificultades para llegar al estándar cultural de masculinidad tienen un mayor riesgo de consumir alcohol (Monk y Ricciardelli, 2003). En general, el joven con dificultades en la formación positiva de su autoestima necesitará afirmarse ante el grupo y en el grupo, realizando aquellas conductas que fortalezcan su imagen y desconfirmando la inseguridad sentida. Un adolescente con baja autoestima y alta necesidad de aprobación estará fuertemente

motivado a seguir aquellas conductas que manifiestan sus iguales, con la finalidad de afianzar su integración entre ellos. De este modo, y para este adolescente, el riesgo que para la salud entraña el consumo de tóxicos es menos importante que el riesgo que para la reputación supondría una conducta abstinentes o moderada, si él pensara que el grupo la atribuyera a falta de decisión. En relación con esto, Giró (2007) informa de que la gran mayoría de los adolescentes están de acuerdo en ver a los que consumen alcohol como “marchosos” y “enrollados”, además de felices y bien adaptados.

Llegados aquí, debemos acudir a otra variable de la persona, cuya relación con el consumo de alcohol ha sido referida por la investigación: Las prioridades de valor, como muestra de lo que para uno es preferible y se convierte en prescriptible. El individuo aprende valores como algo deseable y tiene, consecuentemente, conciencia de que debe comportarse de acuerdo con ellos. Los valores poseen un papel predictor de la conducta, ya que actúan como disposiciones motivacionales. Relacionado con el consumo de sustancias en los adolescentes, la prioridad de valor otorgada a la salud presenta un claro papel protector (Martínez-González y Robles, 2001). También, la presencia de valores de conformidad normativa ha sido señalada como un factor de protección del consumo abusivo alcohólico en los adolescentes (Caballero, Madrigal, Hidalgo y Villaseñor, 1999). Los valores de conformidad normativa son los que prescriben algún nivel de restricción de aquellas acciones, deseos e impulsos que podrían violar expectativas o normas convivenciales (Schwartz, 1996). Asimismo, y en la misma línea, las investigaciones encuentran una relación entre valores prosociales y menor consumo de alcohol, en el sentido de que el mantenimiento de una disposición motivacional orientada hacia lo prosocial actúa como factor de protección, mientras que los valores relacionados con la búsqueda de un tipo de gratificación personal inmediatamente derivada de la acción, se relacionan con un mayor consumo (Pons, Buelga y Lehalle, 1999).

Como se ve, el abuso de alcohol durante la adolescencia es también reflejo de un talante de afrontamiento de la vida y la realidad, puesto que se asocia al sistema personal de valores de un modo muy coherente: Los que no consumen alcohol o lo hacen de manera moderada, en comparación con los consumidores abusivos, se caracterizan por una mayor interiorización de los estándares culturales de convivencia y comportamiento consensuados por el grupo de referencia, por la misma interiorización de la disciplina y el autocontrol como formas de adaptación a las exigencias de la vida social, así como por la configuración de una motivación autotranscendente concretada en el interés por las condiciones relacionales y socioculturales que favorecen el bienestar colectivo (Kubička, Matějček, Dytrych y Roth, 2001; Merenäkk,

Harro, Kiive, Laidra, Eensoo, Allik, Orelund y Harro, 2003; Pons y Berjano, 1999). Otros estudios han encontrado una relación entre la interiorización de las creencias tradicionales sobre masculinidad y roles de género y el consumo de alcohol en varones jóvenes (Capraro, 2000).

Por otro lado, la investigación también ha recogido la incidencia en el consumo de alcohol de la búsqueda de estimulación, novedad y cambio. Numerosos estudios realizados en ámbitos culturales muy diversos comprueban que los adolescentes más extrovertidos tienen mayores probabilidades de consumir alcohol (Adams, Heath, Young, Hewitt, Corley y Stallings, 2003; Knyazev, Slobodskaya, Kharchenko y Wilson, 2004; Kuntsche, Rehm y Gmel, 2004; Kuo, Yang, Soong y Chen, 2002; Mestre, Viñas, Dutil y Moya, 2006). Los investigadores coinciden en destacar, como explicación de esta relación, la mayor sociabilidad de los extrovertidos y su mayor búsqueda de estimulación. Es conocida la vinculación del consumo de alcohol a las relaciones con el grupo de iguales en los momentos de ocio y diversión. Es decir, la necesidad de estimulación se satisfaría en la más que probable asociación alcohol-grupo-diversión. No obstante, hay que destacar que la introversión o la motivación más apática en un adolescente nunca debieran ser consideradas como factores de protección, pese a que, probablemente, sí reducirían la probabilidad de consumo abusivo. Al contrario, el factor de protección ha de encontrarse en el aprendizaje de una motivación prosocial y en la interiorización normativa, para hacerlas compatibles con el hedonismo y la búsqueda de estimulación. A este respecto, Calafat, Mejías, Amengual y Palmer (1992) comprueban que las normas familiares reguladoras de la interacción que actúan como control externo de la conducta del individuo correlacionan negativamente con el consumo alcohólico en adolescentes; sin embargo, aclaran estos autores, la eficacia de tal control normativo externo como mecanismo protector disminuye con la edad a lo largo de la adolescencia y, en su lugar, la interiorización normativa –reflejada en una buena relación con las figuras de autoridad, así como en la confianza e identificación con las instituciones sociales– gana importancia a lo largo del desarrollo madurativo del adolescente como factor de protección de ese consumo. Esto nos lleva a considerar la importancia de las relaciones familiares afectivas y la superación de los sentimientos de desvinculación social, como elementos que deben integrarse en la educación preventiva. En este sentido, Llinares, Molpeceres y Musitu (2001) encuentran una relación entre las estrategias parentales basadas en la transmisión de afecto y comprensión y los valores prosociales en los hijos.

Además de la interiorización normativa, las alternativas de ocio también se han considerado como un factor de protección, en tanto que permiten al adolescente satisfacer su

legítima motivación hedonista. Los programas de alternativas de ocio se proponen como conjuntos de actividades lúdicas para las noches de los fines de semana, un momento que los jóvenes han ido tomando como propio y en el que buscan espacios de relación y diversión (Colectivo JOC, 2000). Las actividades son elegidas y organizadas bien por los mismos participantes o bien por instituciones públicas responsables. No obstante, en ninguna de las dos modalidades hay constancia de evaluación de resultados que ilustre la incidencia real de este tipo de iniciativas, por otra parte, bienintencionadas. Sí hay datos acerca de la implicación de los adolescentes en actividades alternativas, de tipo deportivo o asociativo: Algunos estudios comprueban que los adolescentes involucrados en actividades deportivas presentan una menor frecuencia de embriaguez en salidas nocturnas (Donato y Assanellieu, 1994; Escartí, 2000), aunque, sin embargo, otras investigaciones no encuentran relación entre mayor o menor consumo alcohólico y asociacionismo juvenil (Pons y Berjano, 1999).

Al hablar de rasgos de personalidad y disposiciones motivacionales es necesario hacer mención a la experiencia psicoactiva asociada al consumo de alcohol. El alcohol etílico es una sustancia depresora del sistema nervioso central, cuyo efecto psicoactivo se caracteriza por desinhibición, ligera euforia y reducción de la ansiedad. En sujetos adultos suele encontrarse una relación entre inestabilidad emocional y consumo de alcohol (Cortés, Mayor y Miñarro, 2002), debido, sobre todo, a los efectos psicoactivos de refuerzo negativo. Sin embargo, en poblaciones adolescentes la relación de este consumo con la dimensión estabilidad-inestabilidad emocional no aparece tan clara, siendo más relevante la incidencia de las variables anteriormente discutidas, vinculadas a la integración grupal y a la búsqueda de diversión y estimulación. En este escenario, además, el significado social de la droga tiene un papel tan relevante como el de su efecto psicoactivo. Revisiones como la de Laespada y Elzo (2007b) comprueban que las principales razones manifestadas por los adolescentes para beber son divertirse, desinhibirse, hacer lo mismo que hacen los amigos y sentirse mayores; sólo en uno de los estudios revisados por estos investigadores un reducido porcentaje de adolescentes –12%– menciona que bebe para olvidarse de problemas personales o familiares.

Estas variables individuales que se han canalizado en este apartado, adquieren sentido cuando interaccionan con los contextos sociales de los que proceden, pues es en ellos donde se encontrará el significado completo de su vinculación con el consumo de alcohol. En los dos apartados siguientes trataremos de factores de riesgo y protección procedentes, respectivamente, del ámbito familiar y del contexto sociocultural.

4.- ADOLESCENCIA Y ALCOHOL: LA FAMILIA

La idea de que la familia actúa como agente primario de socialización se remonta a los inicios de la psicología social, con la obra de George Herbert Mead y su propuesta de que el aprendizaje de la conducta apropiada a cada rol supone una interiorización de la sociedad dentro del individuo, lo cual tiene lugar, primordialmente, a través de la familia (Mead, 1934/1993). Consonante con esta línea, la investigación actual asume que a través de la socialización familiar las personas se convierten en seres sociales, interiorizan las normas y valores que dan sentido social a las relaciones y se forman una idea de lo que son y del mundo que les rodea (Gracia y Musitu, 2001; Musitu et al., 2001). Las estrategias y mecanismos que los padres utilizan para transmitir los contenidos de la socialización y regular la conducta de los hijos influyen notablemente en el desarrollo psicológico y social de éstos.

Las prácticas educativas parentales fundamentadas en la facilidad para establecer comunicación y en la expresión de afecto, apoyo y comprensión, juegan un papel decisivo en el ajuste socioemocional del hijo y en el desarrollo positivo de su autoestima (Buelga y Musitu, 2006; Cava, Murgui y Musitu, 2008; May, Vartanian y Virgo, 2002). El hijo se siente, de esta manera, aceptado, valorado y seguro en su familia, percepciones éstas que le acompañarán en el desarrollo de sus propias relaciones sociales con el grupo de iguales, al llegar a la adolescencia. Como exponen Rhodes y Jason (1990), las capacidades de ajuste del adolescente se encuentran fuertemente mediatizadas por los recursos familiares de índole psicosocial, generalmente ya presentes desde la infancia y persistentes en la adolescencia. Los recursos familiares de protección, respecto a las conductas de riesgo, giran en torno a la cohesión y flexibilidad familiar, el estilo de socialización afectivo, el control parental y la comunicación positiva y abierta entre los padres y entre padres e hijos (Clark y Shields, 1997; Loeber, Yin, Anderson, Schmidt y Crawford, 2000; Musitu et al., 2009; Olson, 1991).

El estilo educativo basado en el afecto y en el control se relaciona estrechamente con las funciones del apoyo social, a diferencia de un estilo que estuviera basado bien en la reprobación o bien en la permisividad. Por ello, se encuentra una regularidad de aparición entre el apoyo familiar percibido por los hijos y el consumo de alcohol no abusivo o la abstinencia (Musitu et al., 2001). La comunicación, el afecto y el control parentales son variables particularmente importantes para promocionar una forma de autonomía en los hijos, que esté basada en la capacidad de adaptación a las relaciones y a la vida social, así como para prevenir conductas de riesgo (Elzo, 2002; Lila y Gracia, 2005). La importancia de los factores familiares de protección es que limitan el efecto de los factores de riesgo procedentes de otros entornos, como la presión del grupo de iguales o los modelos mediáticos.

Sin embargo, los estilos de socialización también se pueden constituir en una variable con un peso muchas veces decisivo para la implicación de los hijos en conductas de riesgo, tales como el consumo abusivo de alcohol. La percepción de ausencia de afecto y aceptación representa un factor crítico que favorece el consumo de alcohol cuando el hijo es adolescente (Buelga y Musitu, 2006; Kumpfer, Alvarado y Whiteside, 2003). Las estrategias parentales reprobadoras, escasamente afectivas y poco respetuosas con el hijo aparecen más frecuentemente entre los adolescentes que consumen alcohol de manera abusiva; pero también el estilo educativo permisivo, caracterizado por la reducción significativa del control parental, actúa como factor de riesgo (Martínez-Álvarez, Fuertes, Ramos y Hernández-Martín, 2003). El sentimiento de insatisfacción respecto al sistema familiar y la frustración sentida por el tipo de regulación que imponen los padres se encuentra asociado a una mayor probabilidad tanto de inicio en el consumo alcohólico al principio de la adolescencia (Pons y Berjano, 1996) como de consumo abusivo a lo largo de todo este período (Pons y Berjano, 1999). En términos generales, estos patrones educativos parentales son más probables de encontrar en los adolescentes que muestran baja autoestima y alta necesidad de afirmación personal (Musitu et al., 2001), rasgos que, como se ha discutido en el apartado anterior, se hallan asociados a mayor probabilidad de consumo abusivo. Aquí identificamos una conexión entre factores de la persona y de su ambiente: La variable personal vinculada a una conducta muestra una regularidad de aparición con ciertas variables relacionales, de manera que ambas, aun sin perder su papel idiosincrásico, se convierten en un mismo factor explicativo de esa conducta.

Efectivamente, los jóvenes que han crecido percibiendo un clima familiar negativo pueden buscar en el grupo de pares una fuente satisfactoria de apoyo social, así como de valores, creencias y actitudes con los que comprometerse y que les aporten identidad. De este modo, la relación entre el abuso de alcohol y esas estrategias educativas parentales puede concretarse en la necesidad de experimentar un sentimiento de afiliación y ubicación social, inherente al proceso de afirmación de la propia identidad, que se ve dificultado por la ausencia de aceptación incondicional por parte de los padres. Como ha sido mencionado, la satisfacción de la necesidad de autoafirmación en un adolescente puede llevarlo a manifestar determinados comportamientos que, pretendidamente, le proporcionarían una imagen más positiva de sí mismo en el contexto de la relación con los demás.

Además del estilo parental de socialización, la calidad de la comunicación que se establece dentro del sistema familiar se ha considerado por los investigadores como muy relevante, al constatar las regularidades que muestra con el consumo de alcohol y otras

sustancias. Así, como señalan Martínez-Álvarez et al. (2003), la cohesión familiar y la consistencia entre los padres en cuanto a puntos de vista sobre la educación de los hijos actúan como factores de protección, ya que estas circunstancias promueven en los hijos la autoestima y la emancipación de criterios y, por tanto, reducen la vulnerabilidad a la presión grupal. Del mismo modo, la calidad de las relaciones paterno-filiales constituye otro factor de protección: Una comunicación abierta y positiva, en la cual prevalezcan los vínculos emocionales disminuye la probabilidad de consumo de alcohol y drogas en los hijos (Buelga y Pons, 2004; Cava, et al., 2008; Kumpfer et al., 2003). Los adolescentes consumidores abusivos de alcohol perciben a su familia como un contexto conflictivo en el que existe poco entendimiento, en mayor medida que los abstemios o los consumidores no abusivos. De nuevo, los sentimientos de insatisfacción respecto a la vida familiar se hallan presentes como factor de riesgo.

Hemos hablado de la autoestima y sus regularidades con el consumo de alcohol juvenil y con la dinámica familiar. Pero es necesario detenerse en una cuestión importante para comprender el papel que juega la autoestima del adolescente y que tiene que ver con el carácter multidimensional de este constructo. La autoestima alude a la valoración que la persona hace de sí misma, de modo que, por un lado, el adolescente puede tener una imagen general de sí mismo favorable o desfavorable, y por otro lado, puesto que se socializa en diversos contextos como el familiar, el escolar o el social, también desarrollará una imagen de sí mismo específica en cada uno de ellos (Estévez, Martínez-Ferrer y Musitu, 2006). La autoestima, por tanto, refleja una valoración general o global de uno mismo, así como también valoraciones específicas procedentes de contextos específicos (Cava y Musitu, 2003). La autoestima que procede de los ámbitos familiar y académico opera como factor protector del consumo alcohólico, tal y como ha sido discutido a lo largo de este trabajo. No obstante, la autoestima del adolescente que procede del ámbito de sus relaciones sociales guarda una relación más compleja con esta conducta. Así, algunos estudios han comprobado que la autoestima social observa una relación directa con el consumo juvenil de alcohol, ya que los adolescentes con menor autoestima social pasan menos tiempo con sus iguales y tienen, consecuentemente, menos oportunidades de manifestar conductas como fumar o beber, que suelen iniciarse en la adolescencia con el grupo de iguales (Wild, Filsher, Bhana y Lombard, 2004). Más concretamente, Cava et al. (2008) encuentran que la relación entre autoestima social y consumo de alcohol es diferente en la adolescencia temprana –de 12 a 14 años– y en la adolescencia media –de 15 a 17 años–: En la adolescencia temprana ambas variables no muestra relación significativa, mientras que en la adolescencia media la autoestima social actúa como predictor del consumo de alcohol. Pasado el principio de la adolescencia, los

individuos con más facilidad para relacionarse y hacer amigos son, precisamente, los que presentan una mayor probabilidad de consumo, relación ésta que todavía no se ha materializado en la primera adolescencia, donde el deseo de autonomía convive con una mayor supervisión familiar.

De nuevo hay que hacer mención a que todo aquello que reduce la probabilidad de una conducta de riesgo no debe ser considerado inmediatamente como factor de protección. Obviamente, no debería prevenirse la autoestima social en los adolescentes, sino más bien potenciarla, aunque canalizándola hacia contenidos congruentes con el cuidado de la salud, al mismo tiempo que se fortalecen otros factores de protección.

El modelado parental de consumo es, igualmente, otro factor familiar que demuestra influencia en el consumo de alcohol entre los adolescentes. Así, puede afirmarse que existe una mayor probabilidad de consumo abusivo en éstos conforme aumenta la frecuencia de consumo alcohólico en sus padres (Buelga y Pons, 2004; Buelga et al., 2006; Fromme y Ruela, 1994). En general, el consumo de alcohol en los padres predispone en los hijos a una actitud favorable hacia esta conducta, incluso cuando los padres emiten mensajes verbales explícitos en contra de su uso (Varlinskaya, Spear y Spear, 2001). Quiere esto decir que, ante la contradicción entre la conducta de los padres y sus verbalizaciones explícitas, el modelado de comportamientos parentales tendrá un mayor efecto sobre la conducta de los hijos que las palabras. Desde luego, el modelado ejerce su influencia no de manera mecánica, sino de manera mediatizada por las interpretaciones que el receptor haga respecto de la conducta y del modelo, así como por los significados sociales que esa conducta posea. De este modo, un modelado parental de consumo de alcohol y un mensaje verbal rechazando su consumo para el hijo representa una situación paradójica que pudiera generar en el adolescente una categorización del consumo dentro del estatus de adulto, convirtiéndolo, de este modo, en más atrayente. El modelado de los padres es, pues, un factor importantísimo para entender el comportamiento de los niños y adolescentes (Bandura, 1999; Musitu et al., 2001). Si un adolescente ha vivido durante 13 o 14 años en un medio en el que observa como “normal” el consumo social de determinadas sustancias, entenderá como adecuado que él mismo pueda hacer esto cuando lleve a cabo su propia conducta en su vida social autónoma próxima a estrenarse.

El papel del modelado familiar será decisivo en la prevención. No se tratará de que los padres anulen su consumo de bebidas alcohólicas, sino de ofrecer un modelado de consumo controlado y razonablemente prudente –si es que fueran consumidores–. Esto es especialmente importante, ya que los adolescentes que beben de manera abusiva no han

alcanzado un aprendizaje de la ingesta moderada de esta sustancia, puesto que su consumo ocurre, fundamentalmente, con el grupo de iguales y no con la familia (Budd, Eiser, Morgan y Gammage, 1985). El consumo juvenil de alcohol está vinculado a los momentos de ocio con el grupo durante los fines de semana e incluso los consumidores abusivos no suelen beber entre semana o con su familia (Laespada y Elzo, 2007a). Este dato, sin embargo, no resta importancia a los factores de origen familiar, puesto que los adolescentes expresan en su grupo las pautas de conducta y pensamiento que han venido adquiriendo durante la socialización. Sus rasgos de personalidad, expectativas sociales o prioridades de valor se ponen en práctica durante la adolescencia, pero ya venían orientadas por la socialización familiar –lo cual, desde una perspectiva socioecológica, ejemplifica un tipo de incidencia mesosistémica, como es la interacción peculiar entre dos microsistemas de influencia, la familia y el grupo de iguales–.

La institucionalización del uso social de las bebidas alcohólicas se imprime también en las actitudes del adolescente. Las actitudes hacia el alcohol están reflejando lo que el joven ha aprendido a través de su socialización, a través de unos usos y costumbres sociales y familiares, y a través de la publicidad y otros mensajes contenidos en los medios de comunicación. Las expectativas de gratificación previas al inicio del consumo son consecuencia de una enculturación complaciente con el consumo de alcohol. En este sentido, la prescripción preventiva no consistiría en intentar modificar las actitudes de los adolescentes incluidos en grupos de riesgo, sino en fomentar, desde la infancia, actitudes y opiniones razonadamente críticas ante la presencia de las bebidas alcohólicas en la vida social, ante la manipulación publicitaria y ante ciertos abusos procedentes, incluso, del mundo adulto. Pero las actitudes no deben constituirse en áreas o ámbitos específicos de trabajo pedagógico, sino que su tratamiento educativo natural corresponde a todas las situaciones y experiencias que el niño tenga en el centro educativo o en el contexto familiar, a lo largo de todo el proceso de su formación como persona.

De lo hasta aquí expuesto podemos inferir que la familia puede convertirse tanto en fuente destacada de factores de riesgo como de factores de protección y que, en consecuencia, su papel es central en la prevención. La prevención del consumo abusivo de alcohol, como la prevención del abuso de drogas en general, debe considerarse desde la promoción de la salud y contemplarse dentro del proceso de socialización, desde la infancia. Es decir, la prevención es, ciertamente, un epígrafe de la promoción de la salud, pero ambas no deben entenderse como un proceso con un principio y un fin, como un conjunto de acciones concretas, más o menos relacionadas entre sí y activadas en algún momento del proceso evolutivo. La

prevención, más que un artificio metodológico, ha de ser un estilo socializador continuo, una perspectiva que deben contemplar y aplicar los agentes que intervienen en la socialización. Es prioritario incidir sobre aquellas fuerzas capaces de modificar en una dirección u otra la conducta del futuro adolescente, para que ellas mismas, de una manera natural, ejerzan su impacto en la dirección deseada. La dirección de estos vectores debería estar ya suficientemente orientada en el inicio de la adolescencia, período en que no sólo se inicia el consumo de alcohol, sino que éste se transforma rápidamente en habitual. Además, es una edad en que la influencia del grupo de iguales, es decir, de otros adolescentes condicionados por las mismas fuerzas sociales, se convertirá en decisiva. Por ello, reiteramos que todas las reflexiones que exponemos corresponderían a propuestas preventivas instauradas dentro del proceso de socialización que, obviamente, no comienza a los 12 años, sino que ha comenzado 12 años antes.

Ante el consumo de alcohol juvenil, los padres suelen debatirse entre una posición de autocrítica y asunción de su responsabilidad como educadores, y otra, de manifiesta adhesión al modelo cultural de consumo de alcohol como lubricante social, lo cual genera un cierto estado de confusión, al tiempo que reconocen su falta de preparación para asumir la responsabilidad educativo-preventiva (Baigorri y Fernández-Díaz, 2003; Pinazo y Pons, 2002). Entre los objetivos de la intervención preventiva desde y con la familia será relevante el fomentar las habilidades educativas de los padres, promoviendo así su función como agentes educadores y de salud, y fortaleciendo su capacidad para cumplir ese papel adecuadamente (Salvador, 2000). De esta manera, la necesaria participación de los padres en la prevención debe venir propiciada por la capacitación de éstos como educadores. Los padres deben ser conscientes de la influencia que su comportamiento ejerce en el desarrollo de sus hijos, deben conocer todo aquello que ejerce un impacto en el ajuste psicológico y social de ellos: Sus actitudes y valores, los mensajes explícitos e implícitos que transmiten, su propia manera de relacionarse en sociedad, sus estilos de solucionar conflictos o su manera de gestionar emociones.

Como afirma Recio (1999), padres y profesionales son los que deben educar a los niños y adolescentes, pero para que ello sea posible es necesario que tengan formación, orientación y apoyo suficientes. En los padres esto no se supone por defecto. Entonces ¿cómo capacitarlos para que sean agentes eficaces de prevención? ¿cómo darles formación para que sean capaces de poner en práctica las pautas educativas que actúan como factores de protección? La modalidad más utilizada para ello es la de la escuela de padres. Una escuela de padres es una estrategia educativa que va dirigida a padres con hijos pequeños y/o adolescentes, con la

finalidad de capacitarlos para reducir la incidencia de factores de riesgo en la vida de sus hijos, tanto en el terreno del alcohol y otras drogas, como en otros problemas de conducta (Kosterman, Hawkins, Spoth, Haggerty y Zhu, 1997). Esta modalidad de trabajo se suele considerar dentro de la prevención primaria o prevención universal, por cuanto no se dirige específicamente a grupos de riesgo sino a toda la población, pretendiendo ser una acción anticipadora de los factores de riesgo y potenciadora de los de protección.

En nuestra sociedad suele utilizarse el término “escuela de padres”, mientras que en el mundo anglosajón se usa más el de “entrenamiento de padres”; en todo caso, su pretensión es proporcionar a los padres una formación centrada en los conocimientos de las ciencias sociales y de la educación, y descargada de contenidos moralizantes, de manera que sean capaces de desempeñar con éxito la función educativa con sus hijos. Se ofrece a los padres la formación básica sobre diferentes temas relacionados con esta labor educativa, con la finalidad de que sean capaces de estimular de manera natural en sus hijos las actitudes, los valores, las habilidades sociales, los hábitos de conducta y afrontamiento, la autoestima y el equilibrio psicológico que les permitirán desenvolverse con éxito y saludablemente en los ámbitos sociales. Obviamente, esta estrategia se fortalecerá si se implican en ella otras instancias, como las asociaciones de padres y madres, las asociaciones vecinales, los servicios comunitarios o las instituciones públicas.

Además de la modalidad presencial, en los últimos años se han puesto en marcha escuelas de padres en modalidad *on-line*, como el proyecto “Universidad de Padres” desarrollado por el colectivo Movilización Educativa². En este proyecto se realizan programas educativos para padres, desde el embarazo hasta que sus hijos tienen 16 años, agrupando a los progenitores de acuerdo con las edades de sus hijos. El objetivo es potenciar, de manera integrada, factores de protección, formando a los padres para que adquieran la competencia necesaria para fomentar en los hijos valores e intereses prosociales, autoestima, responsabilidad, autocontrol, capacidad de toma de decisiones y resolución de problemas, habilidades sociales, compromiso cívico y pensamiento crítico.

En todo caso, no hay que pensar que un adolescente educado en familias con buenas prácticas de protección se convertirá en inmune ante los ofrecimientos del consumo de alcohol y sus efectos. No puede afirmarse esto, de ninguna manera. Es necesario recordar que todo factor de riesgo o de protección actúa conjuntamente con otros factores y tal actuación es sólo ponderable en términos de probabilidad. Si bien los factores familiares de protección

² <http://www.movilizacioneducativa.net>

reducen la probabilidad de consumo abusivo en el adolescente expuesto a ellos, existen otros factores de índole sociocultural a los que se hallan expuestos todos por ser miembros de la misma sociedad. Es cierto que la socialización familiar fundamentada en la comunicación, el afecto, la comprensión y el apoyo es un factor de protección, como también lo es el modelado de consumo moderado o la abstinencia en los padres; pero no sólo la familia es responsable de la educación de los menores, también las instituciones sociales tienen su responsabilidad en la prevención y, en general, en la educación. A este respecto, experiencias como la asignatura “Educación para la Ciudadanía”, recientemente implantada en las aulas españolas, se presenta como una estrategia muy interesante para la educación en valores protectores inespecíficos desde la escuela, ya que esta materia tiene como objetivos consolidar en los alumnos la responsabilidad, la autoestima, la solidaridad, los hábitos cívicos, los valores prosociales y la emancipación de criterios. Es pronto para evaluar los resultados educativos, pero este tipo de actuaciones desde la Educación Primaria contribuyen a potenciar factores protectores, ante la avalancha de mensajes mediáticos y en los contextos relacionales inductores de formas de ocio asociadas al consumo de alcohol. En efecto, las presiones que provienen del contexto sociocultural más amplio también deben formar parte de un modelo explicativo del consumo de alcohol y a ello dedicaremos el siguiente y último apartado de este capítulo.

5.- ADOLESCENCIA Y ALCOHOL: EL CONTEXTO SOCIAL

Parker y Harman (1980) observaron que la presencia física de sustancias institucionalizadas en una sociedad determinada predice la cantidad de su consumo en esa sociedad: Cuanto mayor sea la cantidad de la sustancia que se encuentre presente en un medio social, mayor será la proporción de consumidores, de consumidores abusivos y de adictos en ese medio. Esta relación entre facilidad del suministro e intensidad del consumo ha sido habitualmente considerada dentro de la investigación sobre consumo de alcohol juvenil (Knibbe, Joosten, Derickx, Choquet, Morin, Monshouwer y Vollebergh, 2005; Laespada y Elzo, 2007a). Además, la disponibilidad social de una sustancia tiene una especial incidencia en el inicio del consumo durante la preadolescencia (Komro, Flay, Hu, Zelli, Rashid y Amuwo, 1998).

La disponibilidad depende, desde luego, de la presencia física de la sustancia en el medio social –en la casa, en el local de ocio, en el comercio,...– y de su facilidad de adquisición –incluyendo el precio y las restricciones legales–, pero también está configurada por factores psicosociales y socioculturales vinculados entre sí. Es decir, no está

dimensionada sólo por variables contables, sino también por significados sociales. Así, la disponibilidad de las bebidas alcohólicas se incrementa con cuatro factores: La presencia física, la facilidad de adquisición, la actitud acrítica mantenida por la sociedad y la tradicional función de las bebidas alcohólicas en actividades festivas, lúdicas y cotidianas.

Como indicador del arraigo que el alcohol tiene en nuestra sociedad y de su normalización dentro de los usos y costumbres cotidianos, citaremos que en castellano existen hasta 27 palabras de expresión coloquial que se utilizan como sinónimos de “borrachera” (Maldonado et al., 2006). Efectivamente, las bebidas alcohólicas están aceptadas como parte de los usos y costumbres de nuestra sociedad y, a menudo, no resulta fácil admitir la asociación entre este enraizamiento y las diferentes modalidades de consumo abusivo, incluyendo el consumo de los menores. Datos de investigaciones dan crédito a la actitud acrítica a la que nos referimos. Así, Pinazo y Pons (2002) comprueban que cerca de un 80% de los padres de niños y adolescentes dicen estar de acuerdo con la afirmación de que las bebidas alcohólicas ayudan a animar las fiestas, mientras que Pons y Berjano (1999) encuentran que un 65% de los adolescentes muestran acuerdo con esa misma afirmación. Sin ninguna intención de moralizar, es obvio afirmar que tal actitud traduce, simplemente, un particular estado de las cosas en el ámbito de la vida social, es decir, lo que nuestra sociedad considera normal por ser habitual. Sería imposible encontrar esos mismos niveles de acuerdo en los padres si la afirmación se refiriera, por ejemplo, a los cannábicos, a la cocaína o a los estimulantes sintéticos.

En el citado estudio de Pons y Berjano (1999) se ofrecen datos similares sobre las actitudes de los adolescentes, como que un 80% piensa que es muy agradable beber con los amigos, un 65% califica de normal que un chico o una chica de su edad beba alcohol para divertirse y cerca del 50% afirma que cuando alguien está borracho se divierte más. Pero habrá que ver también otros datos: Giró (2007) constata que casi un 90% de los adolescentes rechaza la idea de que “beber sin parar” o “hasta el límite” sea algo divertido, aun estando con los amigos. En conclusión, se reconocen los efectos desagradables del abuso cuantitativo concentrado en una sola jornada, pero se aceptan como normales el consumo habitual dentro de “los límites” y la instrumentalización del alcohol como lubricante social. Además, se prioriza la gratificación inherente a la dimensión relacional del alcohol sobre los riesgos reales para la salud, puesto que solamente se otorga estatus de perjuicio a aquel consumo que pueda llegar a la exlimitación y a los problemas fisiológicos inmediatos. La cuestión es cuáles son los límites que establece la sociedad, el grupo de iguales y la fisiología del organismo, en qué medida coinciden unos con otros y si son trazados en términos de corto, medio o largo plazo.

En todo caso, lo que queremos resaltar es que esas actitudes de los adolescentes reflejan lo que está presente en su medio sociocultural.

De la revisión de Laespada y Elzo (2007a) se desprende que entre el 80% y el 90% de los adolescentes manifiesta que su familia consume bebidas alcohólicas, de lo que puede derivarse que, desde muy pequeños, esos jóvenes están percibiendo ese consumo como algo totalmente normal y con un significado social para las relaciones, la diversión y la celebración. Estos mismos significados los reciben de la publicidad de bebidas alcohólicas en los medios de comunicación. Los anuncios publicitarios no insisten en mostrar las características objetivas de la bebida alcohólica –por ejemplo, sus cualidades gastronómicas, sabor,...–, puesto que si así lo hicieran no cumplirían el objetivo de sus promotores, que es influir sobre las actitudes y la conducta del público –algo de lo que deberían tomar nota los responsables de las campañas preventivas basadas en la transmisión de información–. Las campañas comerciales que promocionan el consumo de alcohol incrementan el valor del producto asociándolo, en el discurso publicitario, a diversión, amistad, placer, noche, atractivo, libertad,..., es decir, a los valores que suelen estar priorizados en la jerarquía de valores de los adolescentes (Buelga et al., 2006).

Tales valores vienen encontrando plena expresión en el llamado “botellón”. El botellón es uno de los patrones de consumo juvenil que más atención está recibiendo en la actualidad y se caracteriza por la ingesta de grandes cantidades de alcohol, predominantemente en la vía pública. Las encuestas de organismos oficiales señalan que el botellón se ha convertido en una opción mayoritaria de ocio juvenil en el fin de semana. En el estudio elaborado en Andalucía por la Consejería de Gobernación (2006) se constata que únicamente el 40% de los jóvenes andaluces de entre 14 y 31 años no acude nunca a este tipo de concentraciones y prefiere ir a bares y discotecas, al cine o a charlar en la calle. Pero comencemos por definirlo: ¿Qué es el botellón?

“Para cada uno el botellón es una cosa distinta. Para mí es como un escape de salir de la monotonía del trabajo, o de estudiar o estar 12 horas en mi casa. Yo me lo tomo en plan tranquilo. Yo no voy a beber, ni a formar jaleo, voy a ver a mi gente, que también están trabajando y que no las veo en una semana, y voy a reunirme y por eso me gusta estar en botellón, porque estoy con ellos, estoy hablando, porque aunque a primera hora no hay gente en los bares, hay música y está alta. Prefiero hablar con ellos, normal, en una plaza tomando algo al aire libre y uno de los sitios que se pueda hacer más a gusto.”³

Ésta es la definición del botellón de una joven andaluza. Parece que en el botellón no todo es beber, sino que hay algo más. Desde una concepción “formal”, se podría definir el botellón como el consumo juvenil de alcohol en espacios públicos y concentrado

³ Todas las frases que aparecen encuadradas son verbalizaciones de jóvenes recogidas en los grupos de discusión llevados a cabo para la realización de la investigación dirigida por Musitu y Bascones (2006).

mayoritariamente en las noches de los fines de semana (Antona y Madrid, 2005), o la reunión de multitud de jóvenes en espacios abiertos de las ciudades para beber, escuchar música y hablar entre ellos, con la peculiaridad de que se desarrolla en calles, plazas y parques (Baigorri y Fernández-Díaz, 2003).

Pero detrás de estas definiciones formales hay mucho más. El sentido que dan los jóvenes al consumo de alcohol en las calles debe ser comprendido desde los cambios y procesos estructurales y sociales, además de las peculiaridades psicoactivas del alcohol. El botellón es más que una moda y ya se le llega a denominar “parte de cultura juvenil” (Consejería de Gobernación, 2006), de ahí la dificultad de tratarlo como un simple problema de alteración del orden público. Según Antona y Madrid (2005), se puede hablar de “cultura juvenil” ya que se entiende que la cultura es una práctica social que implica una concepción del espacio y del tiempo específica. Los jóvenes conceptualizan y usan el tiempo –la noche– y el espacio –las plazas y calles– con peculiaridades propias. El botellón es una actividad de ocio normalizada entre la población joven, en la cual las plazas y calles son algo más que un espacio físico construido con hormigón. Se trata de un espacio simbólico, común y compartido, construido por los jóvenes a través de la interacción y comunicación entre ellos.

El ocio juvenil se puede analizar como una construcción social que refleja los discursos, normas y valores de una sociedad en un contexto histórico-cultural determinado. En las condiciones sociohistóricas actuales se está produciendo una dilatación del periodo de la adolescencia y juventud hacia ambos extremos: Se adelanta la maduración biológica y se retrasa el desempeño de los roles adultos. Esto implica una prolongación también en las denominadas conductas de exploración y algunas de ellas, como el consumo de sustancias, suponen riesgo para la salud y calidad de vida del adolescente y las personas de su entorno. En esta situación, el uso y abuso del alcohol en el botellón ya no es una cuestión adolescente, sino que implica a la juventud de entre el principio de la adolescencia y la treintena.

“Salgo con gente de 26 hacia arriba. Y, entonces, nosotros cuando hacemos botellón es porque vamos a celebrar algo, un cumpleaños, o alguien le han hecho fijo en su trabajo, vamos en otro plan, que no vamos a emborracharnos ni nada de eso.”
--

El ocio, tal y como lo conocemos en la sociedad actual, viene determinado por una serie de factores sociales, económicos y políticos que configuran una nueva realidad para los jóvenes y los mayores. Nace en el contexto de la sociedad industrial, en la que se institucionalizan los días de descanso semanal, y se consolida en el marco de la sociedad del Estado de bienestar, en la que no es necesario dedicar todo el tiempo a generar ingresos para el sustento de la familia.

“Es como si cambiaras de actitud, a partir de las 12 de la noche es como si la adrenalina te va saliendo un poco. Vas diciendo: la marcha, qué me pongo, el escote, esto, *pacá* y *pallá*, que me voy a ver a mis amigos.”

Según el Informe Juventud en España (Martín y Velarde, 2001), corroborado por los posteriores del Instituto de la Juventud, la población de entre 15 y 29 años dispone aproximadamente de 25 horas semanales para su ocio y diversión e, incluso, casi uno de cada tres supera esta cantidad. La mayoría de los jóvenes utiliza ese tiempo de libre disposición fuera de casa para estar con sus amigos y casi siempre en relación con el cultivo de las relaciones amistosas, sexuales y afectivas. Este tiempo libre se sitúa, generalmente, entre el jueves y el domingo, y se convierte así en un espacio temporal de consumo y descubrimiento de formas de relación. Es decir, se crea el espacio temporal del “fin de semana”. En este espacio de tiempo, según el citado informe, el 64% de los jóvenes de entre 15 y 24 años dice que sale todos o casi todos los fines de semana y aproximadamente la mitad no regresa a su casa antes de las cuatro de la madrugada.

Los jóvenes diferencian claramente entre su tiempo de ocio dentro de la casa y fuera de ella. La casa familiar es actualmente el ámbito especializado en el procesamiento de la información –leer, utilizar el ordenador, estudiar,...– y los espacios públicos constituyen el ámbito de las actividades relacionales, del comportamiento de vínculo entre iguales (Martín y Velarde, 2001). La ocupación del tiempo libre durante los fines de semana es indisociable de la ocupación colectiva de un territorio. Las demandas específicamente juveniles, en cuanto al disfrute de sus horas de libre disposición, tienen que ver con la necesidad de disponer de lugares propios. Así, las actividades que llevan a cabo durante el fin de semana los grupos de jóvenes traen consigo el simbolismo del territorio común.

La ocupación colectiva de ese *locus*, que perciben como un espacio próximo y emocionalmente como propio, tiene una importancia simbólica para los grupos juveniles. Esa apropiación de un espacio público parece que responde a la necesidad de hacerse un sitio en que poder estar con los iguales y desarrollar las actividades afectivas, lúdicas y socializadoras que el grupo satisface. Es plausible pensar que el hábito de concentrarse en espacios al aire libre durante los fines de semana, así como el uso gregario que se hace de las calles, parques y jardines, estén relacionados con las carencias de infraestructuras para el ocio juvenil (Martín y Velarde, 2001).

–“Pero es que el ambiente, tú tienes el ambiente de tu grupo.”

–“Tú vas para estar con tu gente.”

–“Exactamente. Tú sales con tu gente.”

–“Sí, si yo voy a defenderlo también, que tú siempre que vayas con tus amigos a cualquier lado, es porque te lo vas a pasar bien. Pero aun así, es que si tú te juntas con tus amigos o con los míos una noche y les dices ‘vámonos a un bar’, pues a lo mejor una noche sí, pero a lo mejor otra noche dicen ‘no’, o sea, ‘no, yo

no me voy a un bar que está vacío y voy a escuchar música y voy a estar atosigado', cuando podemos estar en la plaza.”

A este uso del tiempo y del espacio se añade que, en la práctica, la gran mayoría de las actividades realizadas en el ocio juvenil se relacionan con la sociabilidad y ésta, a su vez, con el consumo de sustancias, principalmente el alcohol. Avellaneda, García-Cid y Segura (2002) constatan que la mayoría de las actividades juveniles que implican relación social están mediatizadas por el consumo de alcohol. En este sentido, parece que la búsqueda de relaciones amistosas, sexuales y afectivas se asocia con el consumo de alcohol como sustancia desinhibidora y socializadora. En efecto, el uso y abuso del alcohol se concentra en el tiempo –noches de fines de semana–, se localiza en el espacio –ciertos espacios públicos, al aire libre o cerrados– y se instrumentaliza en la relación social –interacción con amigos–. La publicidad vincula la bebida con el tiempo libre, la relación social y el compañerismo, lo cual contribuye a que entre los jóvenes haya menos conciencia de la peligrosidad que acarrea el consumo inmoderado de alcohol (Martín y Velarde, 2001). En este sentido, los jóvenes se enfrentan a un discurso paradójico respecto al consumo de alcohol, que están recibiendo de la misma sociedad: Sancionador, por las consecuencias negativas que conlleva, y estimulador-consumista, por la publicidad de bebidas alcohólicas que las asocian a la diversión.

El ocio juvenil actual se sitúa, por tanto, en tres dimensiones principales: Los cambios sociodemográficos y sociohistóricos relacionados con la edad de los jóvenes contemporáneos y con el tiempo de libre dedicación, la utilización del espacio público y la consolidación de una sociedad de consumo donde el ocio es un sector económico en auge. Así, se puede entender que sea en este contexto actual y no en otro en el que se haya dado una situación como la que implica el botellón: La ocupación del espacio público por los jóvenes para beber, escuchar música y charlar entre ellos. De esta forma, se hacen evidentes ciertos modos de diversión que entran en conflicto con otros sectores de la sociedad y que, a partir del seguimiento mediático realizado en los últimos años, se ha revelado que son algo generalizado entre la juventud española.

El botellón tiene lugar principalmente en la calle, es decir fuera de los espacios social y legalmente definidos –bares, *pubs* y discotecas– para el consumo de alcohol y el encuentro social asociado al ocio nocturno juvenil. Este es el primer problema: Mientras que hasta el momento se podía ejercer un control y sancionar sobre los horarios de los locales, los niveles de ruido y el suministro de alcohol a menores, el botellón no se ajusta ni a horarios, ni a decibelios, ni a edades. Además, no se ajusta a un único espacio, ni a los precios que se establecen en los locales. Estas características dificultan el control y favorecen el desarrollo

de diversos problemas de orden público que generan la mayor parte de las protestas de esos otros sectores de la sociedad, sobre todo de los vecinos que viven cerca del espacio utilizado en cuestión.

–“Yo salgo poco, sinceramente. Yo lo que hago es reunirme en una casa con amigos y hacemos el botellón en la casa, nos ponemos allí a beber. Y, con respecto a los demás, lo que se hace en Málaga los jóvenes, pues lo veo mal. Yo estoy a favor del botellón, pero lo veo súper mal, porque se dejan basura, sobre todo en la Plaza la Merced, se deja fatal. Le estamos dando trabajo a los de Limasa, pero lo dejamos fatal, y por eso lo veo mal, sinceramente. Por eso salgo poco, me reúno más en casa, con amigos y eso.”

–“Eso no, ellos están, pero no para limpiar la mierda que dejamos nosotros, con perdón, que he dicho mierda, pero vaya. Yo creo que a la larga...”

–“Es que se queda la plaza... Yo he pasado por la noche y está, porque puede estar más o menos, pero te entra una depresión. Porque dices por favor, qué fea está la plaza.”

–“La gente que vive alrededor del botellón se perjudica del ambiente. Nadie quisiera tener al lado de su casa mil personas con ruido, música, borrachos, vomitando.”

–“Yo tengo un par de amigos que viven en el centro, uno ya se ha ido, otro sigue allí, y yo estaba en su casa durmiendo en su casa una noche, y es insoportable, es increíble. Digo ¿cómo puedo salir? te sientes mal ¿Sabes lo que te digo? yo salgo por la noche, hago esto y después veo la gente que hace esto y me da cosa a mí. Cuando me quedo ahí, no puedo ver películas, no escuchas ni la tele.”

–“Pero ¿qué escuchas gritos o la gente que va por la calle?”

– “De todo, es increíble, ya digo, echar azufre en las esquinas para que la gente no orine. Todo, o sea, botellazos, gritos. Tú estás quieto en un balcón una hora y puedes escuchar de todo. Pasote.”

–“Ahora, los que estamos en el botellón, no nos damos cuenta.”

–“Y todo el mundo hablando, tú chillas para que se te oiga.”

–“Sí, sí, además si se saca el *compact* y se pone música allí también. Que es muy difícil controlar, somos muy *jaleosos* todos, lo llevamos en la sangre los malagueños.”

–“Y las típicas peleas también. De vez en cuando hay alguna pelea y eso.”

El ruido, la basura, y otros problemas como las peleas son los principales que señalan los jóvenes. Esto coincide con los problemas que identifican y señalan los vecinos: Ruido, suciedad, mal olor y disturbios (Consejería de Gobernación, 2006). Desde esta perspectiva de análisis, podemos decir que existe un conflicto de carácter cuantitativo en función de la cantidad de personas reunidas, la cantidad de ruido, la cantidad de basura y suciedad, la cantidad de días que se celebra, la cantidad de vecinos afectados y la cantidad de alcohol que se consume. Un incremento en cualquiera de estos aspectos provocará un incremento en el nivel de protestas. Al contrario, un decremento de estos aspectos reflejado en pequeños botellones dispersos o el alejamiento de las viviendas, disminuye los niveles de conflicto.

–“Es un sitio público, otro sitio público más.”

–“Pero entonces, si un niño de 12 años bebe y se emborracha en el botellón...”

–“Ése es uno de los problemas.”

–“Bueno, pero también es de los mayores ¿no?”

– “No llegar a vomitar.”

– “También entre tus amigos. Yo, si veo que alguno de tus amigos bebe demasiado, yo al menos se lo digo: mira déjalo ya, que te estás pasando, campeón, ya es por mí, que paso de llevarte.”

–“Te fastidia.”

–“Se fastidia y te fastidia a ti.”

–“Yo creo que estamos muy concienciados en cuanto a que si tú bebes demasiado vas a ser una carga para los demás. Yo creo que es uno de los motivos para que no bebas tanto.”

–“Yo sí, yo tengo amigos que no beben.”

–“No, yo con zumitos de piña.”

–“Eso es lo raro, que vayas a un botellón, y no vayas a beber alcohol, lo normal es para beber alcohol. Después hay gente en el botellón que no bebe alcohol, pero lo normal es eso.”

–“Alguna gente, a lo mejor, se van cinco y uno de ellos esa noche le toca no beber, que es el que conduce normalmente. Todo el mundo no hace eso, pero vaya.”

–“Yo, la verdad, soy poco prudente con el coche. Beba o no, siempre llevo el coche, porque me gusta.”

Junto a una dimensión cuantitativa de las consecuencias derivadas del botellón, existe otra cualitativa que tiene que ver con la salud y con el riesgo asociado al consumo de alcohol y de otras sustancias como tabaco, cannábicos y otras drogas. Por un lado, habrá que decir primeramente que el abuso de alcohol no es visto por los jóvenes como uno de los objetivos fundamentales del botellón –de hecho, las consecuencias de las borracheras son mal vistas por ellos–, ni tampoco es cierto que el cien por cien de los jóvenes que acuden al botellón beban alcohol ni que todos los que consumen alcohol consuman otras sustancias. Sin embargo, sí que es cierto que la edad de inicio en el consumo de sustancias, principalmente alcohol, cada vez es más temprana, que un porcentaje importante de consumidores de alcohol fuman tabaco y, en menor porcentaje, cannábicos, y también que muchos menores acuden y participan en los botellones (Observatorio Español sobre Drogas, 2004). A esta situación se añade el riesgo asociado a la conducción de coches y motos bajo los efectos de esas sustancias.

Respecto a esa dimensión cualitativa de botellón, los expertos y los padres presentan actitudes particulares. Los expertos explican los comportamientos de consumo, los hábitos culturales relacionados con la bebida y los riesgos asociados al consumo de alcohol y otras sustancias. Por otro lado, parece que los padres únicamente se muestran claramente intolerantes con el consumo de drogas no institucionalizadas y que son más permisivos con el consumo de alcohol (Avellaneda et al., 2002). En general, los padres y entidades educativas son interpelados, pero su presencia activa en la problemática del botellón es todavía muy escasa, si bien estos agentes educativos consideran que, precisamente, el botellón es fundamentalmente una consecuencia visible o síntoma de un problema educativo (Baigorri y Fernández-Díaz, 2003).

Como se argumentaba al principio del presente apartado, el consumo juvenil de alcohol ocurre en el marco de una sociedad en la que tal producto se halla notablemente arraigado. El consumo de bebidas alcohólicas se convierte en uno de los elementos rituales que el adolescente incorpora a su propia conducta, como expresión del abandono de la condición infantil y de la comunión de pertenencia a un grupo de iguales y a una cultura de edad. El joven va a adaptar a su grupo las normas dominantes de la moralidad adulta, por ejemplo, la ingesta de bebidas alcohólicas. La microcultura del grupo de iguales refleja inevitablemente la sociedad de referencia y reproduce la mayoría de sus valores, si bien adaptándolos a las circunstancias generacionales específicas. En este contexto evolutivo acontece un factor crucial para entender el inicio del consumo alcohólico en los adolescentes: La iniciación de

salidas nocturnas con el grupo de iguales. Las salidas nocturnas, la búsqueda de diversión y la necesidad de integración grupal, se encuentran estrechamente ligadas al consumo habitual de bebidas alcohólicas en la adolescencia (Varlinskaya et al., 2001). La natural motivación hedonista en este período del ciclo vital encuentra en el grupo la oportunidad para su realización. La asociación alcohol-grupo-diversión, a la que antes ya nos hemos referido, es para los adolescentes una realidad innegable: Si beber alcohol no reportara consecuencias positivas, esta conducta no ocurriría.

Sin duda, en el grupo y con el alcohol, el joven encuentra diversión pero, además, el grupo se constituye en un escenario propicio donde desarrollar dos procesos complementarios: La búsqueda de identidad personal y la búsqueda de integración grupal. La afiliación y la identidad se pueden facilitar por la adhesión a ciertas conductas rituales afianzadas en el grupo, que suponen comportamientos implícitamente aceptados como normativos. A este respecto, el consumo de alcohol durante los fines de semana se presenta como un modo de adaptación integrado en un conjunto más amplio de conductas con significado grupal identitario –la música, la ropa, las modas,...– que la misma sociedad propone a los adolescentes como elementos con valor de vínculo (Elzo, Elorza y Laespada, 1994). Los medios de comunicación actúan, deliberadamente en ocasiones –por ejemplo, la publicidad–, como un escaparate de modos de vivir que se convierten en referente colectivo de comportamiento y vinculación grupal. El consumo de alcohol no es sino una manifestación externa de este proceso integrador e identificador, que está controlado de manera inmediata por las contingencias derivadas de la interacción con los iguales.

La adolescencia es un período en el que es habitual que la persona evalúe cuáles son sus límites, experimente con nuevos y diferentes estilos de comportamiento y busque experiencias nuevas (Ames, Sussman, Dent y Stacy, 2005). No es un período oscuro de la vida caracterizado por el conflicto y las dificultades, ni el adolescente es un ser problemático constantemente sometido a presiones estresantes (Frydenberg, 2000), lo que ocurre es que para el adolescente la necesidad de adaptación se convertirá en dominante y el grupo de iguales es un contexto propicio para ayudar a lograrla. Las dinámicas de funcionamiento grupal determinan el rol que deben desempeñar los individuos y los patrones o pautas de comportamiento a los que deben ajustarse. Considerar a las personas desde esta perspectiva, es decir, en función de la posición relativa que ocupan en los diferentes grupos de pertenencia o referencia, implica vincularlas a su entorno y a la realidad social en la que viven y desarrollan su actividad. Las presiones hacia la conformidad grupal actúan como un elemento que sustenta conductas y actitudes peculiares de ese grupo. El compromiso con el grupo

supone la adopción de aquellos modos de comportamiento susceptibles de satisfacer unas determinadas expectativas de los demás.

Se recurre a las bebidas alcohólicas para fortalecer la camaradería. El alcohol ayuda a crear una atmósfera cooperativa, facilita la comunicación y el intercambio compartido de sentimientos y experiencias, además de permitir los diferentes procesos de identificación entre iguales (Allen, Donohue, Griffin, Ryan y Turner, 2003). Como recogen Buelga et al. (2006), esto acontece de dos diferentes formas: La similitud intragrupal y la diferenciación intergrupala. La primera se refiere a que beber alcohol puede permitir experiencias de similitud con el resto de miembros del grupo, puede constituir un rito de vínculo que se alcanza compartiendo los comportamientos asociados al consumo, al tiempo que se confirma y fortalece la afiliación al grupo. La segunda alude a que estos ritos permiten a los adolescentes mostrar su propia identidad colectiva desde la cual diferenciarse de otras modalidades de comportamiento.

La similitud intragrupal y la diferenciación intergrupala ayudan a los adolescentes a sentirse fuertes, atractivos, independientes y más libres, así como a construir su propia reputación y estatus dentro del grupo. Para los adolescentes el consumo abusivo de alcohol puede representar una manera de distanciarse del mundo de sus padres y profesores, del mundo adulto caracterizado por la exigencia de moderación, al tiempo que, paradójicamente, aceleran su incorporación a otra versión de ser adulto, la de la libertad y la supresión de límites. Los adolescentes desean disfrutar de las ventajas de la vida adulta sin esperar a serlo y asumiendo aquellos rasgos de la adultez que están vinculados a la autonomía. Esto, obviamente, no pueden hacerlo ni en su casa ni en el centro escolar, han de esperar a estar reunidos con sus iguales y, además, estarlo en los momentos de ocio nocturno, altamente cargados de contenido simbólico. Pero no sería justo ni riguroso culpabilizar a los adolescentes de este posicionamiento sin reconocer la responsabilidad de la sociedad adulta institucionalizada en la configuración de unos modelos de vida y deseabilidad. En los párrafos que siguen daremos cuenta de ello.

Entender los comportamientos asociados al ocio en los jóvenes de hoy es hacerlo desde el concepto de estilo de vida. Éste supone una “marca diferencial” vivida y experimentada colectivamente. Como afirman García-Montes y Caballero (2006), el estilo de vida es una cuestión con un gran componente de estética. El estilo de vida de un individuo aparece vinculado al estilo de vida de sus grupos de referencia o pertenencia, es decir, a un tipo de estilo de vida colectivo, y ambos se forman en relación con las condiciones sociales en las que viven individuos y grupos (Erben, Franzkowiak y Wenzel, 1992). Los estilos de vida recogen

variabilidad de sus pautas entre grupos sociales diferentes —por ejemplo, grupos generacionales—, pues éstos se hallan sometidos a procesos de influencia distintos y peculiares (Lindstrom, 2006; Raithel, 2006). El estilo de vida que una persona adopta se va conformando a lo largo de su historia como tal persona y en su constitución juegan un papel decisivo los procesos de aprendizaje de conductas y actitudes por imitación de modelos familiares, grupales y mediáticos (Sanabria, González-Quevedo y Urrego, 2007).

En esta emergencia de los estilos de vida cobra una especial importancia el papel de los medios de comunicación de masas y la cultura del mercantilismo. En los modelos mediáticos que se nos ofrecen, la justa medida del rigor, de la prudencia y del buen sentido, valores tradicionales de expresión culta, son reducidos, muy a menudo, en favor de la banalidad y de la puesta en valor de cierto tipo de hedonismo apresurado y congruente con la ética neoliberal. Los medios de comunicación en la sociedad actual transmiten modelos de comportamiento, de actitud y de valor, que son recogidos por niños y adolescentes durante su socialización y entendidos por ellos como muestra de en qué consiste la vida social. Especialmente la televisión, a través de la publicidad, de los *reality shows*, de las películas y series,..., ejemplifican estándares de deseabilidad, éxito social y reputación; unos “guiones” que pueden utilizarse para trazar el propio estilo y compartirlo con los iguales, satisfaciendo así la motivación humana básica de integración social y siendo los bienes y servicios ofrecidos para el consumo señales de adhesión a un estilo determinado (Pérez-Álvarez y García-Montes, 2004). El uso de alcohol y otras drogas es un elemento definitorio de un estilo de vida, pues forma parte de rituales sociales que ofrecen identidad y un peculiar sentido de cohesión grupal (Elzo, Laespada y Pallarés, 2003; García-Montes y Caballero, 2006). Paradójicamente, esa cohesión grupal se fundamenta en una ética individualista, más que solidaria y auténticamente cohesiva: El grupo de iguales se convierte en instrumento privilegiado para el disfrute personal, para explotar la experiencia de “presentismo” y para el consumo de bienes y servicios.

Este modelo de sociedad, para poder existir, necesita asentarse sobre la ética del individualismo. Las diferencias interculturales en la valoración del individualismo provocan diferencias en cuanto al grado de independencia otorgado a los adolescentes: A mayor individualismo, mayor libertad se les proporciona y mayor libertad demandan y esperan (Arnett, 1999). Obviamente, esta libertad será utilizada, pues su prescripción se encuentra en la misma adhesión al estilo de vida. Y no pasará nada mientras el uso de la libertad se traduzca en conductas que no deterioren significativamente el orden social. Es decir, la sociedad podrá tolerar el consumo abusivo de alcohol en los adolescentes siempre que éste

encaje dentro de un orden consensuado. Por ejemplo, como afirman Cortés, Espejo y Giménez-Costa (2008), los medios de comunicación, al hablar del botellón, sólo parecen dar importancia a su dimensión de conflicto de orden público, identificándolo con ciertas consecuencias negativas como ruidos, suciedad y molestias para los vecinos. No vamos a poner en duda la legitimidad de las quejas vecinales, lo que queremos destacar es que pareciera que cuando el abuso de alcohol entre los menores ocurre en lugares preparados para no afectar al orden, la sociedad institucionalizada no tiene excesivos problemas en aceptarlo, pues queda así preservada la libertad del adolescente para consumir, la libertad del establecimiento para comerciar sin molestar al vecino y la libertad del vecino para hacer sus actividades o descansar sin ser molestado.

Estamos hablando, efectivamente, de un modelo completo de sociedad, que impregna las prioridades de valor de los adolescentes y, por tanto, sus expectativas y decisiones, así como, finalmente, sus conductas. En el contexto de la transformación de valores en nuestra sociedad, se debilitan los de cohesión social, al tiempo que se fortalece la legitimidad otorgada al beneficio particular. La modificación en las relaciones de vínculo social da paso a una sociedad condicionada por la búsqueda de equilibrio entre la incertidumbre y la ética del libre albedrío. El grupo y sus ritos aportan al adolescente certidumbre, además de permitirle la satisfacción de necesidades de gratificación inmediata y una escenificación ritual que es creída por sus protagonistas como expresión de autonomía. Todo ello en el marco de una sociedad en la que confluyen ciertas fuerzas que contribuyen a un marcado déficit de anclajes sólidos: Rapidez en los cambios y constantes novedades en los elementos tangibles de la cotidianeidad; escasos referentes de experiencia transgeneracional en ciertos aspectos concretos de la vida social; muy alta exigencia en la adaptación sociolaboral; ciclos vitales de predicción improbable, incluso en la edad adulta; sometimiento a un tipo de manipulación comercial cada vez menos sutil; y mistificación y banalización de los referentes cultos tradicionales. El “presentismo”, vivir el presente dada la dificultad de proyectarse hacia el futuro, se presenta como una alternativa de adaptación, un elemento configurador de un estilo de vida congruente con los modos sociales dominantes (Rodríguez-Suárez, Agulló y Agulló, 2003).

En este marco colectivo e individual de búsqueda de puntos de referencia y gratificación, en ese equilibrio entre la incertidumbre y la prescripción de la libertad, el grupo se acomoda a una sola alternativa de ocio. El local y el “botellón” suponen ambos la expresión de una misma cultura del ocio, la diferencia está en qué establecimiento recauda los ingresos. De hecho, el “botellón” consiste en la representación de aquello que ocurre en un

local de ocio comercial, una reproducción al aire libre de las mismas conductas y relaciones que acontecerían dentro de aquél. Mientras participan de esta única propuesta de ocio, los miembros del grupo adolescente se sienten libres, además de aliviados por no ser distintos a los demás.

Sería impropio ofrecer una imagen culpabilizante, presentando al adolescente de hoy como un ser antinormativo sólo interesado en emborracharse. Es cierto que hay diferencias individuales relacionadas con prioridades de valor, que explican un mayor riesgo de consumo abusivo. Pero esta conducta está demasiado extendida entre la población juvenil como para concluir que pudiera responder solamente a motivaciones antinormativas. Además, la supuesta anomia no es tanta, si consideramos la adhesión a las normas del grupo y que su conducta refleja, en realidad, determinados valores de la sociedad adulta. El consumidor adolescente no es simplemente un gamberro, ni ocupa todo su tiempo en beber. Tal vez lo que busca, como todo ser humano, es adaptación al medio, para lo cual, como si de un puzzle se tratara, configurará la forma de su conducta a la forma que tiene la sociedad en la que vive. Esta motivación adaptativa está presente en todo su comportamiento, del cual la ingesta de bebidas alcohólicas es sólo una parte. Es decir, hará lo que hace todo el mundo: Intentar adaptarse y hacerlo con los recursos disponibles.

Al hablar de alcohol y adolescencia hemos construido, a lo largo de estas páginas, un inventario razonable de motivos. Más que hablar de “causas” de un problema hemos querido tratar de variables que, por su presencia, dan significado al mismo y lo hacen más comprensible. Hemos hablado de adolescentes que consumen alcohol, es decir, de personas de nuestra sociedad, dispuestas a integrarse en ella y partícipes de las mismas motivaciones básicas que cualquier ser humano. Las formas de vida de finales del siglo XX y principios del XXI, asociadas a factores de tensión consumista, competitividad y debilitación de los vínculos tradicionales, han vigorizado la normalización del abuso de alcohol en el imaginario de los jóvenes y, relacionado con ello, la prevalencia de formas de consumo abusivo. Esto constituye un reto para el orden institucionalizado, que debería afrontar el problema con la conciencia de que hacerlo será un modo de contribuir al desarrollo de una sociedad con más bienestar y calidad de vida, más saludable, menos alienada, más igualitaria y con más oportunidades de realización para todos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adams, J.B., Heath, A.J., Young, S.E., Hewitt, J.K., Corley, R.P. y Stallings, M.C. (2003). Relationships between personality and preferred substance and motivations for use among adolescent substance abusers. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 29, 691-712.
- Allen, D. (2003). Treating the cause not the problem: Vulnerable young people and substance misuse. *Journal of Substance Use*, 8, 42-46.
- Allen, M., Donohue, W.A., Griffin, A., Ryan, D. y Turner, M.M. (2003). Comparing the influence of parents and peers on the choice to use drugs: A meta-analytic summary of the literature. *Criminal Justice and Behavior*, 30, 163-186.
- Ames, S.L., Sussman, S., Dent, C.W. y Stacy, A.W. (2005). Implicit cognition and dissociative experiences as predictors of adolescent substance use. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 31, 129-162.
- Antona, A. y Madrid, J. (2005). *Una visión etnográfica del botellón*. Comunicación presentada al Congreso Ser Adolescente Hoy de la Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción, Madrid.
- Ardila, M.F. y Herrán, O.F. (2008). Expectativas en el consumo de alcohol en Bucaramanga, Colombia. *Revista Médica de Chile*, 136, 73-82.
- Arnett, J. (1999). Adolescent storm and stress reconsidered. *American Psychologist*, 54, 317-326.
- Avellaneda, S., García-Cid, A.I. y Segura, A. (2002). *El fenómeno del botellón en la Comunidad de Madrid*. Comunidad de Madrid. Madrid.
- Baigorri, A. y Fernández-Díaz, R. (2003). *Botellón: Un conflicto postmoderno*. Barcelona: Icaria.
- Bandura, A. (1999). A sociocognitive analysis of substance abuse: An agentic perspective. *Psychological Science*, 10, 214-217.
- Baumeister, R.F. y Leary, M.R. (1995). The need of belong: Desire for interpersonal attachment as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Budd, R.J., Eiser, J., Morgan, M. y Gammage, P. (1985). The personal characteristics and life-style of the young drinker: The results of a survey of British adolescents. *Drug and Alcohol Dependence*, 16, 145-157.
- Buelga, S. y Musitu, G. (2006). Famille et adolescence: Prévention de conduites à risque. En D. Jacquet, M. Zabalia y H. Lehalle (Eds.), *Adolescences d'aujourd'hui*. Rennes: Presses Universitaires.
- Buelga, S. y Pons, J. (2004). Alcohol y adolescencia: ¿Cuál es el papel de la familia? *Encuentros en Psicología Social*, 2, 39-43.
- Buelga, S., Ravenna, M., Musitu, G. y Lila, M. (2006). Epidemiology and psychosocial risk factors associated with adolescents' drug consumption. En S. Jackson y L. Goossens (Eds.), *Handbook of adolescent development*. Hove: Psychology Press.
- Caballero, R., Madrigal, E., Hidalgo, A. y Villaseñor, A. (1999). El consumo de tabaco, alcohol y drogas ilegales en los adolescentes de diferentes estratos socioeconómicos de Guadalajara. *Salud Mental*, 5, 1-8.
- Calafat, A., Mejías, G., Amengual, M. y Palmer, A. (1992). Control externo e interno y consumo de drogas. *Adicciones*, 4, 219-232.
- Cantera, L. (2004). Psicología comunitaria de la salud. En G. Musitu, J. Herrero, L. Cantera y M. Montenegro (Eds.), *Introducción a la psicología comunitaria*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Capraro, R.L. (2000). Why college men drink: Alcohol, adventure and the paradox of masculinity. *Journal of American College Health*, 48, 307-315.
- Carroll, A., Green, S., Houghton, S. y Wood, R. (2003). Reputation enhancement and involvement in delinquency among high school students. *International Journal of Disability Development and Education*, 50, 253-273.
- Cava, M.J. y Musitu, G. (2003). *La potenciación de la autoestima en la escuela*. Barcelona: Paidós.
- Cava, M.J., Murgui, S. y Musitu, G. (2008). Diferencias en factores de protección del consumo de sustancias en la adolescencia temprana y media. *Psicothema*, 20, 389-395.
- Cialdini, R.B. y Sagarin, B.J. (2005). Principles of interpersonal influence. En T.C. Brock y M.C. Green (Eds.), *Persuasion: Psychological insights and perspectives*. Thousand Oaks: Sage.

- Clark, R. y Shields, G. (1997). Family communication and delinquency. *Adolescence*, 32, 81-92.
- Colectivo JOC (2000). *Abierto hasta el amanecer: Una alternativa deportiva y cultural para los fines de semana*. Gijón: Ediciones de Abierto hasta el Amanecer.
- Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*. Nueva Jersey: Princenton University Press.
- Consejería de Gobernación (2006). *Estudio sobre la repercusión de la futura ley sobre potestades administrativas en materia de actividades de ocio en los espacios abiertos en los municipios de Andalucía*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Cortés, M.T., Espejo, B. y Giménez-Costa, A. (2008). Aspectos cognitivos relacionados con la práctica del botellón. *Psicothema*, 20, 396-402.
- Cortés, M.T., Mayor, L. y Miñarro, J. (2002). Processos de transició i manteniment. En M.T. Cortés y L. Mayor (Eds.), *Psicologia de l'addicció*. Valencia: Universitat de València.
- Desrichard, O. y Denarié, V. (2005). Sensation seeking and negative affectivity as predictors of risky behaviors: A distinction between occasional versus frequent risk-taking. *Addictive Behaviors*, 30, 1449-1453.
- Donato, F. y Assanellieu, D. (1994). Alcohol consumption among high school students and young athletes in north Italy. *Revue Epidémiologique de Santé Publique*, 42, 198-206.
- Dunn, M.E. y Goldman, M.S. (2000). Empirical modeling of an alcohol expectancy network in elementary school children as a function of grade. *Experimental and Clinical Psychology*, 4, 209-217.
- Elzo, J. (2002). La comunicación en la familia. En E. Megías (Ed.), *Hijos y padres: Comunicación y conflictos*. Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Elzo, J., Elorza, M.A. y Laespada, M.T. (1994). *Alcoholismo juvenil*. Bilbao: Deustuko Unibertsitatea.
- Elzo, J., Laespada, M.T. y Pallarés, J. (2003). *Más allá del botellón: Análisis socioantropológico del consumo de alcohol en los adolescentes y jóvenes*. Madrid: Comunidad de Madrid.
- Emler, N. y Reicher, S. (2005). Delinquency: Cause or consequence of social exclusion? En D. Abrams, J. Marques y M. Hogg (Eds.), *The social psychology of inclusion and exclusion*. Filadelfia: Psychology Press.
- Erben, R. Franzkowiak, P. y Wenzel, E. (1992). Assessment of the outcomes of health intervention. *Social Science and Medicine*, 35, 359-365.
- Escartí, A. (2003). Socialización deportiva. En A. Hernández-Mendo (Ed.), *Psicología del deporte*. Buenos Aires: Tulio Guterman.
- Estévez, E., Martínez-Ferrer, B. y Musitu, G. (2006). La autoestima en adolescentes agresores y víctimas en la escuela: La perspectiva multidimensional. *Intervención Psicosocial*, 15, 223-232.
- Fromme, K. y Ruela, A. (1994). Mediators and moderators of young adults drinking. *Addiction*, 89, 63-71.
- Frydenberg, E. (2000). Teaching coping to adolescents: When and whom? *American Educational Research Journal*, 37, 727-745.
- García-Montes, J.M. y Caballero, D. (2006). Los estilos de vida como sustancia de la adicción: Consideraciones a propósito de internet y del teléfono móvil. En F. López-Ríos (Ed.), *Drogas y adicciones en la sociedad actual*. Almería: Universidad de Almería.
- Gil-Lacruz, M. (2007). *Psicología social: Un compromiso aplicado a la salud*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Giró, J. (2007). *Adolescentes, ocio y consumo de alcohol*. Madrid: Entimema.
- Goldman, M.S. y Darkes, J. (2004). Alcohol expectancy multiaxial assessment: A memory network-based approach. *Psychological Assessment*, 16, 4-15.
- Gracia, E. y Musitu, G. (2001). *Psicología social de la familia*. Barcelona: Paidós.
- Hampson, S.E., Andrews, J.A., Barckley, M. y Severson, H.H. (2006). Personality predictors of the development of elementary school children's intentions to drink alcohol: The mediating effects of attitudes and subjective norms. *Psychology of Addictive Behaviors*, 20, 288-297.
- Hawkins, J.D., Catalano, R.F. y Arthur, M.W. (2002). Promoting science-based prevention in communities. *Addictive Behaviors*, 27, 951-976.
- Herrero, J. (2004). La perspectiva ecológica. En G. Musitu, J. Herrero, L. Cantera y M. Montenegro (Eds.), *Introducción a la psicología comunitaria*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

- Hipwell, A.E., White, H.R., Loeber, R., Stouthamer-Loeber, M., Chung, T. y Sembower, M.A. (2005). Young girls' expectancies about the effects of alcohol, future intentions and patterns of use. *Journal of Studies on Alcohol*, 66, 630-639.
- Igra, V. e Irwin, C. (1996). Theories of adolescent risk-taking behavior. En R.J. DiClemente, W.B. Hansen y L.E. Ponton (Eds.), *Handbook of adolescent health risk behavior*. Nueva York: Plenum Press.
- Knibbe, R.A., Joosten, J., Derickx, M., Choquet, M., Morin, D., Monshouwer, K. y Vollebergh, W. (2005). Perceived availability of substances, substance use and substance-related problems: A cross national study among French and Dutch adolescents. *Journal of Substance Use*, 10, 151-163.
- Knyazev, G.G., Slobodskaya, H.R., Kharchenko, I.L. y Wilson, G.D. (2004). Personality and substance use in Russian youths: The predictive and moderating role of behavioural activation and gender. *Personality and Individual Differences*, 37, 827-843.
- Komro, K.A., Flay, B.R., Hu, F.B., Zelli, A., Rashid, J. y Amuwo, S. (1998). Urban pre-adolescents report perceptions of easy access to drugs and weapons. *Journal of Child and Adolescent Substance Abuse*, 8, 77-90.
- Kosterman, R., Hawkins, J.D., Spoth, R., Haggerty, K.P. y Zhu, K. (1997). Preparing for the "Drug Free Years": Effects of a preventive parent-training intervention on observed family interactions. *Journal of Community Psychology*, 25, 337-352.
- Kubička, L., Matějček, Z. y Roth, Z. (2001). IQ and personality traits assessed in childhood as predictors of drinking and smoking behavior in middle-age adults: A 24-year follow-up study. *Addiction*, 96, 1615-1628.
- Kumpfer, K.L., Alvarado, R. y Whiteside, H. (2003). Family-based interventions for substance use and misuse prevention. *Substance Use and Misuse*, 38, 1759-1787.
- Kuntsche, E., Rehm, J. y Gmel, G. (2004). Characteristics of binge drinkers in Europe. *Social Science and Medicine*, 59, 113-127.
- Kuo, P.H., Yang, H.J., Soong, W.T. y Chen, W.J. (2002). Substance use among adolescents in Taiwan: Associated personality traits, incompetence and behavioral-emotional problems. *Drugs and Alcohol Dependence*, 67, 27-39.
- Laespada, T. y Elzo, J. (2007a). Consumo de alcohol de los adolescentes: Hablando de cifras y datos. En E. Megías (Ed.), *Adolescentes ante el alcohol*. Barcelona: Fundació La Caixa.
- Laespada, T. y Elzo, J. (2007b). Otras dimensiones del consumo adolescente de alcohol. En E. Megías (Ed.), *Adolescentes ante el alcohol*. Barcelona: Fundació La Caixa.
- Lila, M. y Gracia, E. (2005). Determinantes de la aceptación-rechazo parental. *Psicothema*, 15, 301-319.
- Lindstrom, M. (2006). Psychosocial work conditions, social participation and social capital: A causal pathway investigated in a longitudinal study. *Social Science and Medicine*, 62, 280-291.
- Llinares, L., Molpeceres, M.A. y Musitu, G. (2001). Estilos de disciplina familiar y prioridades de valor en la adolescencia. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 11, 49-68.
- Loeber, R., Yin, Y., Anderson, S.J., Schmidt, L.C. y Crawford, A. (2000). Stability of family interaction from ages 6 to 18. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 28, 353-369.
- Mackintosh, A.M., Earleywine, M. y Dunn, M.E. (2006). Alcohol expectancies for social facilitation: A short form with decreased bias. *Addictive Behaviors*, 31, 1536-1546.
- Maldonado, C. et al. (2006). *Diccionario de sinónimos y antónimos de la lengua española*. Madrid: Ediciones SM.
- Martín, M. y Velarde, O. (2001). *Informe Juventud en España 2000*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Martínez-Álvarez, J.L., Fuertes, A., Ramos, M. y Hernández-Martín, A. (2003). Consumo de drogas en la adolescencia: Importancia del afecto y de la supervisión parental. *Psicothema*, 15, 161-16.
- Martínez-González, J.M. y Robles, L. (2001). Variables de protección ante el consumo de alcohol y tabaco en adolescentes. *Psicothema*, 13, 222-228.
- May, D.C., Vartanian, L.R. y Virgo, K. (2002). The impact of parental attachment and supervision on fear of crime among adolescent males. *Adolescence*, 37, 267-287.
- Mead, G.H. (1993). *Espíritu, persona y sociedad*. Barcelona: Paidós.

- Merenäkk, L., Harro, M., Kiive, E., Laidra, K., Eensoo, D., Allik, J., Orelund, L. y Harro, J. (2003). Association between substance use, personality traits and platelet MAO activity in preadolescents and adolescents. *Addictive Behaviors*, 28, 1507-1514.
- Mestre, H., Viñas, M., Dutil, V y Moya, J. (2006). *Personalidad y consumo de alcohol en adolescentes*. Comunicación presentada en las XI Jornades de Foment de la Investigació de la Universitat Jaume I, Castellón.
- Mietzel, G. (2005). *Claves de la psicología evolutiva: Infancia y juventud*. Barcelona: Herder.
- Moliner, M.A. (1998). *Marketing social: La gestión de las causas sociales*. Madrid: Esic.
- Monk, D. y Ricciardelli, L.A. (2003). Three dimensions of the male gender roles as correlates of alcohol and cannabis involvement in young Australian men. *Psychology of Men and Masculinity*, 5, 132-142.
- Moya, M. (1999). Persuasión y cambio de actitudes. En J.F. Morales (Ed.), *Psicología social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Musitu, G. (1998). La indisociabilidad de la intervención comunitaria y de la perspectiva ecológica. *Informació Psicològica*, 66, 4-9.
- Musitu, G. y Bascones, A. (2006). *Botellón en Málaga: Realidades y propuestas*. Informe elaborado por la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.
- Musitu, G., Buelga, S., Lila, M. y Cava, M.J. (2001). *Familia y adolescencia*. Madrid: Síntesis.
- Musitu, G., Estévez, E., Jiménez, T.I. (2009). *Funcionamiento familiar, convivencia y ajuste en hijos adolescentes*. Premio de Investigación de la Fundación Acción Familiar, Madrid.
- Observatorio Español sobre Drogas (2004). *Encuesta estatal sobre uso de drogas en Enseñanzas Secundarias*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Observatorio Español sobre Drogas (2006). *Encuesta estatal sobre uso de drogas en estudiantes de Enseñanzas Secundarias*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Olson, D.H. (1991). Commentary: Three-dimensional circumplex model and revised scoring of "Faces III". *Family Process*, 30, 74-79.
- Palmonari, A. (1997). *Psicologia dell'adolescenza*. Bolonia: Il Mulino.
- Parker, D. y Harman, M.S. (1980). A critique of the distribution of consumption model of prevention. En T. Harford, D. Parker y L. Light (Eds.), *Normative approaches to the prevention of alcohol abuse and alcoholism*. Washington: U.S. Superintendent of Documents.
- Pérez de Arróspide, J. (1998). Drogodependencias: La prevención desde y con la familia. En J.A. García-Rodríguez y C. López-Sánchez (Eds.), *Nuevas aportaciones a la prevención de las drogodependencias*. Madrid: Síntesis.
- Pérez-Álvarez, M. y García-Montes, J.M. (2004). Personality as a work of art. *New Ideas in Psychology*, 22, 157-173.
- Pilatti, A., Cassola, I., Godoy, J. y Brussino, S. (2005). Validez factorial del "Cuestionario de Expectativas hacia el Alcohol". En J. Vivas (Ed.), *Las ciencias del comportamiento en los albores del siglo XXI*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Pinazo, S. y Pons, J. (2002). La implicación de los padres en los programas preventivos del consumo de drogas: Un estudio empírico. En J.R. Fernández-Hermida y R. Secades (Eds.), *Intervención familiar en la prevención de las drogodependencias*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Pons, J. (2001). Actitudes hacia el alcohol, conocimientos sobre sus efectos y consumo alcohólico en los adolescentes. En V. Martínez-Vizcaíno y R. Bartolomé (Eds.), *Alcoholismo: Bases para la intervención*. Cuenca: Universidad de Castilla - La Mancha.
- Pons, J. y Berjano, E. (1996). El inicio en el consumo de drogas en relación a las dimensiones del autoconcepto en adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 21, 229-244.
- Pons, J. y Berjano, E. (1999). *El consumo abusivo de alcohol en la adolescencia: Un modelo explicativo desde la psicología social*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Pons, J., Buelga, S. y Lehalle, H. (1999). Consommation d'alcool et système de valeurs chez les adolescents. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 12, 67-77.
- Pons, J., Pinazo, S. y Carreras, A. (2002). El consumo de inhalables y cannabis en la preadolescencia: Análisis multivariado de factores predisponentes. *Anales de Psicología*, 18, 77-93.

- Raithel, J. (2006). Adolescents' experiences with upbringing and lifestyles. *Zeitschrift für Pädagogik*, 51, 568-584.
- Randolph, K.A., Gerend, M.A. y Miller, B.A. (2006). Measuring alcohol expectancies in youth. *Journal of Youth and Adolescence*, 33, 939-948.
- Recio, J.L. (1999). Familia y escuela: Agencias preventivas en colaboración. *Adicciones*, 11, 201-207.
- Rhodes, J.E. y Jason, L.A. (1990). A social stress model of substance abuse. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 58, 395-401.
- Rodríguez-Suárez, J., Agulló, E. y Agulló, M.S. (2003). Jóvenes, fin de semana y uso recreativo de drogas: Evolución y tendencias del ocio juvenil. *Adicciones*, 15, 7-33.
- Salleras, L. (1985). *Educación sanitaria: Principios, métodos y aplicaciones*. Madrid: Díaz de Santos.
- Salvador, T. (2000). Avances y retos en prevención del abuso de drogas. *Papeles del Psicólogo*, 77, 18-24.
- Sanabria, P.A., González-Quevedo, L.A. y Urrego, D.Z. (2007). Estilos de vida saludable en profesionales de la salud colombianos: Estudio exploratorio. *Revista Med*, 15, 207-217.
- Sánchez-Pardo, L. (2002). El consumo abusivo de alcohol en la población juvenil española. *Trastornos Adictivos*, 4, 12-19.
- Sánchez-Vidal, A. (1998). *Psicología comunitaria: Bases conceptuales y métodos de intervención*. Barcelona: Editorial EUB.
- Schwartz, S. (1996). Value priorities and behavior: Applying a theory of integrated value systems. En C. Seligman, J.M. Olson y M.P. Zanna (Eds.), *The psychology of values*. Mahwah: Erlbaum.
- Secades, R., García-Rodríguez, O. y Fernández-Hermida, J.R. (2006). Bases científicas de la prevención del consumo de drogas. En F. López-Ríos (Ed.), *Drogas y adicciones en la sociedad actual*. Almería: Universidad de Almería.
- Varlinskaya, E.I., Spear, L.P. y Spear, N.E. (2001). Acute effects of ethanol on behavior of adolescent rats: Role of social context. *Alcoholism Clinical and Experimental Research*, 25, 377-385.
- Wild, L.G., Filsher, A.J., Bhana, A. y Lombard, C. (2004). Associations among adolescent risk behaviours and self-esteem in six domains. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 45, 1454-1467.
- World Health Organization (2000). *European Alcohol Action Plan*. Copenhagen: Regional Office of the WHO.
- Zamboaga, B.L. (2005). Alcohol expectancies and drinking behaviors in Mexican American college students. *Addictive Behaviors*, 30, 673-684.
- Zullig, K.J., Valois, R.F., Huebner, E.S., Oeltman, J.E. y Drane, W. (2001). Relation between perceived life satisfaction and adolescents' substance abuse. *Journal of Adolescent Health*, 29, 279-288.