

Expectativas de los jóvenes respecto al consumo de alcohol: La práctica del botellón

Carmen María Salvador Ferrer

Departamento de ciencias humanas y sociales. Área de psicología social. Universidad de Almería

Resumen

El objetivo de esta investigación ha sido conocer las expectativas de los adolescentes respecto al consumo de alcohol. Para llevar a cabo la consecución de dicha meta, hemos trabajado con una muestra de 311 adolescentes de la provincia de Almería, de los cuales un 47% son hombres y un 53% son mujeres. Para evaluar las expectativas en la muestra se ha utilizado la escala *Alcohol Expectancy Questionnaire* (AEQ-III). Los resultados indican la distorsión en las expectativas de los jóvenes respecto al consumo de alcohol. En concreto, los adolescentes cuando toman alcohol creen aumentar su control de la situación y no perciben el daño que ocasionan en la vía pública cuando practican el botellón.

Palabras Clave

Expectativas, alcohol, jóvenes.

Summary

The objective of this investigation has been to know the expectations of the adolescents regarding the consumption of alcohol. In order to carry out this aim, we have worked with a sample of 311 teenagers from Almería, 47% boys and 53% girls. In order to evaluate the expectations in this sample, we have used the scale *Alcohol Expectancy Questionnaire* (AEQ-III). The results show the distortion in the expectations of the youths regarding the consumption of alcohol. In short, the adolescents when they take alcohol they believe to increase their control of the situation and they don't perceive the damage that they cause in the public road when they practice the large bottle.

- Correspondencia a: _____
Carretera de Sacramento, s/n. La Cañada de San Urbano. C.P. 04120. Almería.
E-mail: cmsalva@ual.es



Key Words

Expectations, alcohol, youths.

El consumo de alcohol, junto a otras sustancias, ha aparecido en las distintas encuestas de opinión pública como una de las mayores preocupaciones sociales. Y es que ha habido un gran cambio a nivel epidemiológico, que conlleva una variación en el patrón de consumo y en la tipología de los consumidores (Araque y De los Riscos, 1997; López y Freixinós, 2001). Cada vez son más los jóvenes y adolescentes que ingieren alcohol, por ello Robledo, García, Rubio y Espiga (1996) señalan una serie de aspectos típicos de esta población. En primer lugar, reducción de la edad de inicio. En segundo lugar, consumo principalmente de fin de semana (Plan Nacional sobre Drogas, 1995, 1997, 1998, 2000; Secades, 1998) o tiempo de ocio (Sánchez, 1998). En tercer lugar, incremento progresivo de las mujeres en esta práctica. En cuarto lugar, se toma alcohol fuera de casa, en la calle y en los espacios públicos. En quinto lugar, se consume principalmente cerveza, observándose un especial incremento de bebidas destiladas. En sexto lugar, existen una serie de motivaciones que inducen a los jóvenes a beber; en concreto: mejorar la comunicación con los demás, evasión, celebraciones, fiestas, afirmar la virilidad o demostrar la liberación y derecho a la igualdad y el mero placer de beber.

Un nuevo fenómeno social que está impulsando el consumo de alcohol es el "botellón". Este estilo de ocio controvertido ha dado lugar a un conflicto de intereses entre distintos colectivos y ha situado en la encrucijada a las instituciones. Según los diferentes estudios revisados, se podría definir el botellón como un fenómeno social caracterizado por la con-

centración de jóvenes en un espacio abierto durante las noches de los fines de semana y cuyo punto de referencia es la ingesta de bebidas alcohólicas como eje central de su tiempo libre (Calafat, Juan, Becoña, Castillo, Fernández, Franco, Pereiro y Ros, 2005).

Calafat y cols. (2005) sitúan los orígenes del botellón en la década de los ochenta en España, cuando tiene lugar la cultura de la "litrona". Se trataba de un fenómeno que permitía a los jóvenes, y a los estudiantes, consumir alcohol en más cantidad y a menos coste que en un bar; al tiempo que formaba parte de un ritual de reunión de la preparación antes de asistir a un acontecimiento como podría ser un concierto. Toda esta situación ha ido evolucionando y en la actualidad se ha consolidado la práctica del botellón como acto de fin de semana, no encontrándose necesariamente ligado a un acontecimiento. Según la Encuesta Escolar del Plan Nacional sobre Drogas (2002) participan en el botellón estudiantes de secundaria, lo que significa que son adolescentes entre 14 y 18 años, procedentes de todo tipo de estratos socioeconómicos y con distintos niveles educativos.

En un intento de comprender el botellón se han impulsado diferentes estudios (Aguilera, 2002; Baigorri, Fernández y Giesty, 2003; Domínguez, Gómez, Jáñes y Barrantes, 2001; Madrid, 2002; Navarrete, 2004), a través de los cuales se confirma la centralidad que ocupa el alcohol. En el discurso de los adolescentes para argumentar su participación en el botellón recurren al aspecto económico, o sea, los jóvenes consideran que con esta práctica



ahorran dinero y, además, evitan engaños en los bares, tales como el "garrafón". Entre otras razones, alegan que de este modo pueden estar más tranquilamente con los amigos, pueden escuchar música y, también, se encuentran en espacios libres de humos. Por consiguiente, podríamos considerar que el consumo de alcohol en el botellón es una práctica socializadora para los jóvenes.

Al margen de este aspecto positivo que parece justificar el consumo, encontramos una serie de problemas colaterales relacionados con la ingesta de alcohol. Así, Espada, Méndez, Griffin, y Botvin (2003) resaltan las principales consecuencias negativas: (a) intoxicación etílica aguda o embriaguez; (b) problemas escolares; (c) sexo no planificado; (d) accidentes de tráfico; (e) problemas legales; (f) problemas afectivos; y, finalmente, (g) alcohol y consumo de otras drogas, es decir, el alcohol es la "puerta de entrada" a la ingesta de otras sustancias tóxicas.

A la vista de lo expuesto, y teniendo en cuenta la importante presencia del consumo de alcohol de muchos jóvenes y las consecuencias que de él se derivan, nos planteamos una investigación con el objetivo principal de *conocer cuáles son las expectativas de los jóvenes respecto a dicha práctica*. Para tal fin, proponemos las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1. Los jóvenes presentarán unas expectativas favorecedoras y legitimadoras del consumo de alcohol.

Hipótesis 2. Cuando los adolescentes toman alcohol creen sentirse más fuertes, estableciendo un mayor control de la situación.

MÉTODO

Muestra. En nuestro trabajo participaron 311 jóvenes de la provincia de Almería, con edades comprendidas entre 14 y 20 años. En

este estudio descriptivo de corte transversal, la muestra ha sido seleccionada mediante un muestreo incidental basado en la oportunidad contextual, es decir, en el mismo momento en que se realizaba la práctica del botellón. Así, la muestra queda constituida por un 47% de hombres y un 53% de mujeres, de los cuales un 5.8% es menor de 14 años, frente a un 35.7% cuyas edades se encuentran comprendidas entre los 15 y 20 años y, finalmente, un 58.5% presenta edades superiores a los 20 años.

Instrumento. El cuestionario utilizado a lo largo de este trabajo ha sido el *Alcohol Expectancy Questionnaire -AEQ-III-* (Brown, Christiansen y Goldman, 1987), el cual ofrece información sobre las expectativas de los jóvenes respecto al alcohol. Este instrumento se compone de 29 ítems con formato de respuesta tipo likert de 5 alternativas, indicando el valor 1 un "desacuerdo absoluto" con el contenido de la pregunta y el valor 5 un "total acuerdo". La utilización del AEQ-III en el presente estudio presenta una alta consistencia interna (*alpha de Cronbach* 0.90), lo que le confiere una aceptable precisión de medida.

Procedimiento. El trabajo se llevó a cabo por un grupo de encuestadores, entrenados al efecto, que se desplazaron a los lugares donde se realizaba la práctica del botellón. Una vez allí, animaron a los jóvenes a participar en el trabajo; les informaron de los objetivos del estudio, asegurándoles la confidencialidad y anonimato de los datos, tras lo cual cumplimentaban un cuestionario aquellos que accedían a participar. Con el propósito de asegurar la ausencia de dudas respecto a las preguntas que componían el instrumento, los encuestadores se encontraban presentes y atentos en todo momento. Una vez efectuada la recogida de datos, se realizaron diferentes análisis en el paquete estadístico SPSS (versión 13). En concreto, se hicieron análisis descripti-



vos (media y desviación típica) para conocer las características de las percepciones de los usuarios respecto a las preguntas efectuadas. Además, se realizó un análisis factorial de componentes principales y normalización *Varimax con Kaiser* en la escala AEQ-III, con

el propósito de conocer la agrupación de los ítems que componen dicha herramienta. Por último, se hizo un ANOVA univariante, para estudiar si existían variaciones en los componentes de la escala AEQ-III a través de dos variables independientes (sexo y edad).

Tabla I. Datos descriptivos de los ítems de la escala AEQ-III

ITEMS	Media	Desv. tip.
1. Cuando bebo me relaciono más fácilmente con otras personas	3.07	1.165
2. Cuando tomo alcohol veo el mundo más positivo	3.10	1.268
3. Después de beber coordino mejor	3.32	1.669
4. Cuando bebo, veo mejor mi futuro	3.28	1.410
5. Cuando bebo me siento una persona muy buena y feliz	3.24	1.255
6. Tomo mucha cantidad de alcohol para sentirme contento	3.53	1.450
7. Estoy a favor del botellón, porque creo que es un buen método para relacionarse y divertirse	3.29	1.348
8. Cuando la gente bebe alcohol se vuelve más amigable	2.91	1.160
9. Después de unos tragos de alcohol soy más responsable sexualmente	3.11	1.455
10. Me siento más sexy cuando bebo alcohol	3.20	1.386
11. La gente entiende mejor las cosas cuando bebe algo de alcohol	3.44	1.453
12. Después de tomar alcohol, resulta más fácil practicar cualquier deporte (actividad)	3.66	1.549
13. Después de unas copas me intereso por el sexo	3.11	1.303
14. El alcohol vuelve a la gente más romántica	3.06	1.264
15. El alcohol vuelve las experiencias sexuales más placenteras y divertidas	2.99	1.375
16. Tras beber alcohol, las personas pueden perder el control de la situación	2.73	1.525
17. Cuando la gente bebe alcohol en la calle suele romper cosas (papeleras, etc.)	2.88	1.274
18. El alcohol hace que la gente se sienta más fuerte y poderosa	3.09	1.202
19. El alcohol relaja	3.25	1.219
20. Beber alcohol puede ayudar a que la gente olvide sus problemas	3.34	1.234
21. No suelo beber mucho, sólo tomo algunas copas en determinadas situaciones	2.57	1.298
22. Beber es un placer porque disfruto con otra gente y me divierto mucho	3.35	1.187
23. Necesito tomar algunas copas para expresar mejor mis sentimientos	3.54	1.282
24. Beber aumenta más mi confianza (autoconfianza)	3.43	1.257
25. Tras tomar algunas copas me enfado con mayor facilidad	3.31	1.408
26. Cuando bebo me siento más agresivo	3.29	1.505
27. Me meto en peleas sólo cuando estoy un poco bebido	3.35	1.649
28. Los demás sólo pueden influir en mi cuando voy algo bebido	3.47	1.393
29. Crees que el futuro desaparecerá la moda del botellón	3.12	1.479



RESULTADOS

Análisis descriptivos

En lo que respecta a los análisis descriptivos (ver tabla 1) se aprecia que, en general, todos los ítems de la escala obtienen puntuaciones moderadas (recorrido entre un mínimo de 2.73 y un máximo de 3.66). El resultado más elevado se localiza en el ítem 12 (*Media* - $M=3.66$, *Desviación Típica* - $DT=1.55$), seguida del ítem 6 ($M=3.53$, $DT=1.45$) y del ítem 23 ($M=3.54$, $DT=1.28$). Por otro lado, los enunciados que recogen las puntuaciones que expresan un mayor desacuerdo proceden de los ítems 21 ($M=2.57$, $DT=1.29$), 16 ($M=2.73$, $DT=1.52$) y 17 ($M=2.88$, $DT=1.27$).

Análisis de la estructura subyacente de expectativas

El AEQ-III presenta una configuración de 29 ítems que buscan información sobre las expectativas y actitudes de los jóvenes hacia el alcohol, demarcando un abanico demasiado amplio para un análisis pormenorizado. En aras a agrupar la información y ofrecer una estructura más simple mediante la agrupación de los ítems que se asocian en torno a una dimensión subyacente, se ha realizado un análisis factorial de componentes principales con rotación varimax. La prueba de Kaiser-Meyer-Olkin ($KMO = 0.926$) y la prueba de esfericidad de Bartlett ($\chi^2 = 6107.15$; $p < 0.001$) informan que el AEQ-III es factible de factorización obteniéndose tres factores principales con valores propios por encima de la unidad que explican en conjunto un 60% de la varianza. Para la selección de los ítems que componen cada factor se han seleccionado aquellos con una saturación factorial mayor

de 0.30, obteniéndose las configuraciones que se presentan en la tabla 2.

En el primer factor saturan un total de 19 ítems con pesos factoriales entre 0.45 (ítem 13) y 0.88 (ítem 4), explicando un total de varianza del 36.62%. Los enunciados hacen referencia tanto a aspectos positivos (ítems 4, 3, 12, etc.) como negativos (ítems 26, 27, etc.) pero referidos fundamentalmente al efecto sobre la persona que consume, por lo que el factor ha sido denominado "*efectos sobre el individuo*".

El segundo factor explica un 15% de la varianza y agrupa un total de 7 ítems con pesos factoriales entre 0.75 y 0.38. En este caso, la dirección de las preguntas está encaminada hacia las relaciones interpersonales, por lo que el factor es etiquetado como "*efectos relacionales*".

Por último, el tercer factor agrupa tres ítems y explica un total de varianza del 8.38%. El sentido de los ítems componentes llevan a definir el factor como "*efectos de exaltación*".

Diferencias en la expresión de las expectativas en función del sexo y la edad

Para el contrastar las posibles diferencias en la expresión de las expectativas sobre el alcohol en función del sexo y la edad se realizaron una serie de análisis de varianza que quedan recogidos en la tabla 3. Se presentan la prueba de contraste, el valor de probabilidad asociado a esta prueba, la diferencia de medias y el intervalo de confianza del 95% de dichas diferencias. En el caso de la edad, se han calculado las pruebas de contraste post-hoc de Schaffe para establecer entre qué niveles de la variable se hallan las diferencias, presentándose el valor de probabilidad asociado (Tabla 3).


Tabla 2. *Análisis factorial de la escala AEQ-III*

Factores ítems % Varianza explicada	1	2	3
	36.62	15.00	8.38
4. Cuando bebo, veo mejor mi futuro	.881		
3. Después de beber coordino mejor	.865		
27. Me meto en peleas sólo cuando estoy un poco bebido	.819		
11. La gente entiende mejor las cosas cuando bebe algo de alcohol	.819		
12. Después de tomar alcohol, resulta más fácil practicar cualquier deporte (actividad)	.809		
9. Después de unos tragos de alcohol soy más responsable sexualmente	.807		
10. Me siento más sexy cuando bebo alcohol	.795		
26. Cuando bebo me siento más agresivo	.781		
6. Tomo mucha cantidad de alcohol para sentirme contento	.780		
28. Los demás sólo pueden influir en mí cuando voy algo bebido	.771		
25. Tras tomar algunas copas me enfado con mayor facilidad	.726		
5. Cuando bebo me siento una persona muy buena y feliz	.704		
15. El alcohol vuelve las experiencias sexuales más placenteras y divertidas	.697		
24. Beber aumenta más mi confianza (autoconfianza)	.666		
23. Necesito tomar algunas copas para expresar mejor mis sentimientos	.632		
2. Cuando tomo alcohol veo el mundo más positivo	.613		
29. Crees que el futuro desaparecerá la moda del botellón	.538		
14. El alcohol vuelve a la gente más romántica	.498		
13. Después de unas copas me intereso por el sexo	.453		
7. Estoy a favor del botellón, porque creo que es un buen método para relacionarse y divertirse		.748	
22. Beber es un placer porque disfruto con otra gente y me divierto mucho		.733	
1. Cuando bebo me relaciono más fácilmente con otras personas		.717	
8. Cuando la gente bebe alcohol se vuelve más amigable		.709	
20. Beber alcohol puede ayudar a que la gente olvide sus problemas		.563	
16. Tras beber alcohol, las personas pueden perder el control de la situación		.455	
19. El alcohol relaja		.383	
17. Cuando la gente bebe alcohol en la calle suele romper cosas (papeleras, etc.)			.662
18. El alcohol hace que la gente se sienta más fuerte y poderosa			.554
21. No suelo beber mucho, sólo tomo algunas copas en determinadas situaciones			.512



Tabla 3. Contrastes de medias entre los factores de la escala AEQ-III, el sexo y la edad de los jóvenes.

VARIABLE AGRUPACIÓN	FACTORES DEL AEQ-III	F	Sig.	Diferencia de medias	LI	LS	Sig.	
Sexo	Efectos sobre el individuo	.361	.697	Hombre - Mujer	-.089	(-.382 a .204)	.757	
	Efectos relacionales	2.695	.069	Hombre - Mujer	.046	(-.180 a .273)	.882	
	Efectos de exaltación	.156	.855	Hombre - Mujer	-.009	(-.238 a .219)	.995	
Edad	Efectos sobre el individuo			(< 14 años) – (15 a 20 años)	-.217	(-.865 a .430)	.712	
				(< 14 años) – (> 20 años)	-.205	(-.835 a .424)	.725	
				(15 a 20 años) – (> 20 años)	.012	(-.295 a .319)	.996	
	Efectos relacionales				(< 14 años) – (15 a 20 años)	.483	(-.017 a .983)	.061
					(< 14 años) – (> 20 años)	.384	(-.102 a .871)	.153
					(15 a 20 años) – (> 20 años)	-.099	(-.336 a .138)	.593
	Efectos de exaltación				(< 14 años) – (15 a 20 años)	.642	(.149 a 1.135)	.006
					(< 14 años) – (> 20 años)	.791	(.312 a 1.271)	.000
					(15 a 20 años) – (> 20 años)	.149	(-.084 a .383)	.291

F – F de Snedecor, Análisis de varianza; Sig. – Valor de probabilidad de la prueba estadística (LI a LS) – Intervalo de confianza del 95% (Límite Inferior a Límite Superior)



No se han encontrado diferencias por sexo en ninguno de los factores del AEQ, de modo que chicos y chicas presentan expectativas análogas sobre el alcohol. En el caso de la edad, se han hallado diferencias estadísticamente significativas en el caso del factor de efectos relacionales ($F= 2.87$; $p= .05$) y el factor de efectos de exaltación ($F= 8.61$; $p< .001$). En el primer caso, las diferencias parecen encontrarse entre los grupos de edad más jóvenes, los menores de 14 años y los que tienen entre 15 y 20 años ($p= .061$; valor de probabilidad tendencial), de modo que los menores de 14 años serían los que expresarían mayores puntuaciones en este factor.

Respecto al factor de exaltación, de nuevo son los más jóvenes (menores de 14 años) los que mostrarían puntuaciones más elevadas en el factor y ello tanto respecto al grupo de 15 a 20 años ($DM= .642$; $p= .006$), como al grupo de mayores de 20 años ($DM= .791$; $p< .001$). Es decir, a partir de los 15 años los jóvenes tienden a coincidir en la formulación de sus expectativas sobre el alcohol, mientras que los menores de 14 años las tienen sobrevaloradas.

DISCUSIÓN

En los países occidentales, el consumo de alcohol está ampliamente extendido y es aceptado culturalmente, siendo utilizado como vía de comunicación y de relación entre las personas y como elementos socializadores, incluso entre la juventud (Laespada y Salazar, 1999). De hecho, según el Ministerio de Sanidad (1996) ha catalogado este consumo como uno de los problemas más relevantes para la salud (Leal, 2004). Es tal la importancia de esta práctica que ha suscitado nuestra atención, razón por la cual impulsamos esta

investigación cuyo principal propósito se ha centrado en conocer las expectativas de los jóvenes respecto a la práctica del botellón.

Del análisis descriptivo se desprende que la valoración del consumo de alcohol sobrepasa la puntuación alcanzada en algunos ítems que aluden al aumento de control que le ofrece el consumo de alcohol (**ítem 12**), el grado de satisfacción que reporta tomar alcohol (**ítem 6**) y la posibilidad de desinhibición que le brinda dicho consumo (**ítem 23**). De igual forma, los jóvenes reflejan que beben bastante (**ítem 21 invertido**) y que lo hacen porque cuando toman alcohol no suelen perder el control de la situación (**ítem 16 invertido**) y tampoco resulta preocupante beber en la calle, ya que cuando lo hacen no suelen romper cosas (**ítem 17**). Resumiendo, presumiblemente, existe una percepción selectiva de la realidad por parte de los jóvenes cuando se trata del consumo de alcohol, puesto que al parecer cuando los adolescentes beben esperan incrementar su control de la situación y mejorar su vía de expresión. Al mismo tiempo que no creen que con esta práctica ocasionen ningún problema en la vía pública. Esta configuración de expectativas permitiría la justificación de sus actitudes frente al alcohol y, por ende, su conducta de consumo y práctica del botellón. Todos estos resultados constituyen un apoyo a la primera hipótesis planteada.

Otro aspecto, bastante relacionado con lo anterior, que quisiéramos resaltar es que ellos no creen que en el futuro desaparecerá la moda del botellón (**ítem 29**). Parece lógico pensar que los jóvenes no perciban esta práctica como un elemento perjudicial ni para ellos mismos, de manera particular; ni para la sociedad, de modo general. Los datos indican todo lo contrario, es decir, los adolescentes creen que el consumo de alcohol les



hace sentirse más fuertes, más adultos y les permite expresarse mejor, no ocasionando ningún inconveniente en la vía pública. Por otro lado, probablemente, creen que aunque se implanten leyes restrictivas que sancionen por beber en la vía pública surgirán otros métodos alternativos que les permitirán seguir consumiendo.

A la vista de estos resultados parece obvio que los problemas derivados del consumo de alcohol vienen multiplicados si los jóvenes, tras su participación en el botellón, realizan prácticas sexuales, siguen su periplo nocturno yendo a bares, etc. Pero junto a este hecho, se evocan beneficios derivados de la práctica del botellón para los jóvenes pues se presumen condiciones de socialización o de creación de cultura juvenil superiores a otras prácticas de diversión (Calafat y cols., 2005).

En lo que respecta a la *segunda hipótesis* planteada, donde considerábamos que cuando los jóvenes toman alcohol creen sentirse más fuertes, estableciendo un mayor control de la situación, a la vista de los resultados convendría decir que se *corroboró*. En concreto, los adolescentes ingieren alcohol por dos grandes motivos. En primer lugar, porque consideran que la ingesta de esta sustancia facilita las relaciones interpersonales. Resultados similares podríamos encontrarlos en los trabajos de Robledo y cols. (1996) y Espada y cols. (2003), donde se viene a confirmar la expectativa distorsionada que tienen los jóvenes en torno a la mejora de las relaciones a través del consumo de bebidas alcohólicas. En segundo lugar, porque el consumo de alcohol hace que la gente se sienta fuerte y poderosa. Este hecho facilita el desarrollo de cualquier de actividad y, al mismo tiempo, permite expresar desinhibidamente las propias emociones. Aún más, nuestros hallazgos coinciden con los da-

tos obtenidos por Mora-Ríos y Natera (2001), en concreto, estos autores encuentran que el alcohol produce un efecto de facilitación de la interacción social, favorece la expresión verbal, reduce la tensión física y psicológica e incrementa los sentimientos de poder. Según estos mismos autores, todos estos efectos son deseados por los jóvenes, ya que brindan la posibilidad de ser reconocido por el grupo de pares en el que se desenvuelven. Respecto a los efectos del aumento de la agresividad, se ha encontrado que éstos se encuentran moderados por ciertas diferencias individuales, es decir, los hombres muestran mayoritariamente estas expectativas (Quigley, Corbett y Tedeschi, 2002), téngase en cuenta que en nuestro trabajo los resultados parecen encontrarse en otra dirección. En concreto, no se hallaron diferencias significativas entre hombres y mujeres en esta dimensión.

En este sentido, a grandes rasgos, con este estudio se pone de manifiesto que las expectativas de beber alcohol son diferentes según las edades de los participantes. Resultados contrarios a los establecidos en el trabajo de Sánchez, Méndez e Hidalgo (2000). Respecto a las expectativas de los jóvenes, quisiéramos resaltar la creencia del consumo de alcohol como facilitador social y aumento de poder. Si tenemos en cuenta que resultados similares se desprendieron del estudio de Londoño y cols. (2005), podemos plantear que los jóvenes consideran que bebiendo alcohol les resultará más fácil establecer relaciones interpersonales. Por consiguiente, todo indica que las expectativas de los jóvenes frente al consumo de alcohol se centran en los "beneficios" obtenidos. Este hecho hace que los jóvenes entiendan que beber alcohol es un comportamiento saludable, idea que se ve reforzada si, además, existe una atmósfera



positiva o reconocimiento por su grupo de referencia. En lo relacionado con el género, nuestros datos apuntan hacia una dirección opuesta a los hallados por Mora-Ríos y Natera (2001), para quienes las expectativas de los jóvenes mexicanos están vinculadas al género. El hecho de que nuestros resultados no reflejen variaciones entre las expectativas de hombres y mujeres no resta relevancia a dicho estudio, ya que este distanciamiento en los respectivos trabajos podría venir ocasionado por la construcción socio-cultural.

Otro dato que merece ser considerado es la edad temprana de inicio en el consumo de alcohol, la cual parece verse acelerada con la práctica del botellón. En concreto, en este caso existe un grupo de jóvenes menores de 14 años, los cuales indican que cuando beben esperan que el alcohol facilite las relaciones interpersonales y aumente su sensación de fuerza o poder. Datos similares ya se encontraron en el trabajo de Jiménez-Bueno, Cabrero, Porres, Luna y Luna (1997), es decir, se detecta, a pesar de las diferencias metodológicas, la edad temprana en el inicio del consumo de alcohol. De igual forma, descubrimos que las razones por las que los jóvenes menores de 14 años beben son diferentes a las del resto de grupos, o sea, justifican beber para facilitar las relaciones interpersonales. No obstante, cuando se analizan otras categorías, surgen ciertas similitudes entre las expectativas de éstos y el resto de los grupos. En concreto, cuando estudiamos la sensación percibida de *fuerza* observamos que resulta especialmente relevante en los tres grupos.

Tal como se ha puesto de manifiesto a lo largo de este trabajo, existen tendencias y representaciones sociales diferentes como predictores de la conducta de ingesta de alcohol (Marcos, 1997). Dichas representa-

ciones ofrecen una serie de indicios sobre los fenómenos psicológicos y los factores sociales como forma de entender el "sentido común" (Basabe y Páez, 1992). Por ende, las representaciones son una forma de pensamiento en el que se consolida y abstrae una manera de entender la realidad. Dentro de esta línea, y como implicación práctica de este trabajo, quisiéramos resaltar que el conocimiento de las expectativas positivas hacia el consumo de alcohol facilita la práctica clínica de este tipo de intervenciones y anticipa mejores resultados. Además, entender las expectativas de los jóvenes se constituye en la base para la implementación de otro tratamiento alternativo para el abuso y la dependencia del alcohol, como es la intervención conductual combinada (Herran, y Ardila, 2007). Aún más, el discernimiento de las variables y los mecanismos que conducen al consumo de alcohol permitirá elaborar programas de prevención específicos que aseguren el éxito (Espada y cols., 2003).

Para terminar, si bien no podemos proponer una estrategia de intervención concreta para atajar el fenómeno del alcoholismo en la adolescencia, sí destacamos la importancia de llevar a cabo actuaciones a todos los niveles, desde todos los ámbitos y hacia todos los agentes implicados en este fenómeno. En este sentido, los hallazgos obtenidos sugieren que para los jóvenes el alcohol es percibido como un "aspecto reforzante" debido a varios motivos. En primer lugar, porque las experiencias que viven los jóvenes con el consumo de esta sustancia son positivas, este hecho hace que ocurra con más frecuencia. En segundo lugar, la disponibilidad y el fácil acceso a las bebidas alcohólicas, aspecto éste que se encuentra reforzado con el conocido fenómeno social catalogado como "botellón". En tercer lugar,



el hecho de que los aspectos negativos más impactantes aparezcan tardíamente dificulta la posibilidad de que los jóvenes asocien estos aspectos con el consumo de dicha sustancia. En resumen, las experiencias positivas del consumo, asociada a la baja percepción de riesgo, hacen que los jóvenes desarrollen invulnerabilidad percibida (Weinstein, Rothman y Sutton, 1980). Por todo ello, enfatizamos la necesidad de continuar trabajado dentro de esta línea, con el principal propósito de ahondar las causas, idiosincrasia y consecuencias produce esta práctica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, R. (2002). *Generación botellón. ¿Qué hay detrás del botellón?*. Madrid. Oberon.
- Araque, F. y de los Riscos, D. (1997). Evaluación de la problemática de las toxicomanías en Andalucía. *Revista Española de Drogodependencia*, 22, 3: 181-192.
- Baigorri, F., Fernández, R. y Giesy, T. (2003). *Botellón, un conflicto postmoderno*. Barcelona. Icaria.
- Basabe, N. y Páez, D. (1992). *Los jóvenes y el consumo de alcohol. Representaciones sociales*. Bilbao. Fundamentos.
- Brown, S.A., Christiansen, B.A. y Goldman, M.S. (1987). The alcohol expectancy questionnaire: An instrument for the assessment of adolescent and adult alcohol expectancies. *Journal of Studies on Alcohol*, 48, 5: 483-491.
- Calafat, A., Juan, M., Becoña, E., Castillo, A., Fernández, C., Franco, M., Pereiro, C. y Ros, M. (2005). El consumo de alcohol en la lógica del botellón. *Adicciones*, 17, 3: 193-202.
- Domínguez, S., Gómez, R., Jáñez, M.V. y Barrantes, C. (2001). La cultura del botellón. <http://www.aidex.es/observatorio/tmas/botellon/estudio/indecstbote.htm>; recuperado el 20 de marzo de 2004.
- Espada, J., Méndez, X., Griffin, K.W. y Botvin, G.J. (2003). Adolescencia: Consumo de alcohol y otras drogas. *Papeles del Psicólogo*, 84: 1-7.
- Herran, O.F. y Ardila, M.J. (2007). Validez factorial del cuestionario de expectativas hacia el consumo de alcohol en adulto de Bucaramanga, Colombia. *Revista Médica de Chile*, 135, 4: 1-10.
- Laespada, M.T. y Salazar, L. (1999). Las actividades no formalizadas de los jóvenes. En J. Elzo, F.A. Ortiz, J. González-Anelo, M.T. Laespada, L. Salazar y P. González-Blasco, *Jóvenes Españoles 99*: 355-400. Madrid. Fundación Santamaría.
- Leal, E. (2007). Adolescentes y alcohol: La búsqueda de sensaciones en un contexto social y cultural que fomenta el consumo. *Apuntes de Psicología*, 22, 3: 403-420.
- Londoño, C., García, W., Valencia, S. y Vinnacia, S. (2005). Expectativas frente al consumo de alcohol en jóvenes universitarios colombianos. *Anales de Psicología*, 21, 2: 259-267.
- López, C. y Freixinós, M.A. (2001). Psicopatología y consumo de alcohol en adolescentes. *Anales de psicología*, 17, 2: 177-188.
- Madrid, J. (2002). *El botellón. Una descripción etnográfica. Formas de vida y contextos de consumo de drogas de adolescentes usuarios que practican botellón*. Sin publicar.
- Marcos, J. (1997). *Los adolescentes y el alcohol*. Sevilla: Ayuntamiento de Alcalá de Guadaíra.
- Ministerio de Sanidad y Consumo. (1996). *Alcohol y Juventud 1995*. Madrid. Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Mora-Ríos, J. y Natera, G. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas aso-



ciados en estudiantes de la ciudad de México. *Salud Pública de México*, 43, 2: 89-96.

Navarrete, L. (2004). *Juventud y drogodependencias. 4 estudios sociológicos comparados*. Madrid. Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología.

Plan Nacional sobre Drogas (2002). Encuesta escolar 2002. ; recuperado 20 de marzo 2004.

Quigley, B.M., Corbett, A.B. y Tedeschi, J.T. (2002). Desired imagine of power alcohol expectancies, and alcohol related aggression. *Psychology of Addictive Behavior*, 16: 318-324.

Robledo, T., García, I., Rubio, J. y Espiga, I. (1996). Los jóvenes españoles y el alcohol. *Papeles del Psicólogo*, Junio, 65: 65-70.

Sánchez, E., Méndez, F. e Hidalgo, M. (2000). Consumo de alcohol en escolares: Descenso de la edad de inicio y cambios en los patrones de ingesta. *Adicciones*, 12, 1: 57-64.

Weinstein, N.D., Rothman, A. y Sutton, S.R. (1998). Stages, Theories of Health Behavior: Conceptual and Methodological Issues. *Health Psychology*, 7, 3: 290-299.