

Aproximación psicosocial al consumo de alcohol en la adolescencia

Xavier Pons Diez

(Departamento de Psicología Social de la Universitat de València)

Capítulo del libro “Drogodependencias en el ámbito social y de la salud: Aspectos psicobiológicos, psicosociales y epidemiológicos”, pp. 83-142. Compiladores: Carmen Arenas y José Miñarro. Editorial Carrillo Baeza, Valencia (2018).

- 1. Introducción**
 - 2. El joven consumidor de alcohol**
 - 3. La familia y su influencia en el consumo de alcohol**
 - 4. El contexto social, cultural y mediático**
- Referencias bibliográficas**

1. Introducción

En los últimos años, se ha convertido en frecuente, entre los jóvenes de diferentes países, una modalidad de consumo caracterizada por la ingesta de cantidades elevadas de alcohol, concentrada en unas pocas horas, principalmente en momentos de ocio de fin de semana, manteniendo un cierto nivel de embriaguez y con algún grado de pérdida de control (Anderson y Baumberg, 2006; Centers for Disease Control and Prevention, 2010; Cortés, Espejo, Martín del Río y Gómez-Íñiguez, 2010; Farke y Anderson, 2007; Hibell et al., 2009; Kuntsche, Rehm y Gmel, 2004; Walters y Baer, 2006). Este patrón de consumo alcohólico es de tipo episódico, pero “explosivo”, ya que, aunque suele ocurrir sólo en un momento concreto –las noches del fin de semana–, lo hace, en muchos casos, con la ingesta de grandes cantidades (Villarreal, Musitu, Sánchez y Varela, 2010). Dado que el organismo de los adolescentes se encuentra en proceso de maduración, aun sin llevar a cabo consumos excesivamente elevados de alcohol etílico, su desarrollo cognitivo puede verse perjudicado a medio plazo por esa conducta (Chambers, Taylor y Potenza, 2003; Winters, 2004).

Las bebidas alcohólicas están asociadas a altas tasas de morbilidad en las sociedades industrializadas (World Health Organization, 2014). En el caso de la adolescencia, el consumo abusivo de alcohol supone un problema de salud pública con características específicas, así como una urgencia preventiva. El alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida por los adolescentes españoles de ambos sexos, muy por encima del tabaco y de los cannábicos, y aún más de otras sustancias, situándose la edad media de inicio entre los 13 y los 14 años, también más temprana que cualquier otra sustancia (Observatorio Español de la Droga y las Toxicomanías, 2016). Con muestras de población general, se ha observado que la edad media de inicio en el consumo de alcohol se sitúa entre los 16 y los 17 años (Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, 2017), lo cual indica una tendencia al descenso de la edad de inicio en las generaciones más jóvenes. Aunque la primera ingesta no supone, necesariamente, iniciar

el hábito social de consumo de alcohol, sí es claro que la adolescencia es el periodo en el que más probablemente aparece tal hábito (Giró, 2007; Laespada y Elzo, 2007a). Se trata de un periodo 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).

Para exponer una explicación comprensiva del consumo de alcohol entre los adolescentes, partiremos de una perspectiva socioecológica. Se considerará al joven consumidor vinculado a sus entornos de relación, en los que ha sido y es socializado, y en los que desarrolla toda su conducta. Desde esta perspectiva, la conducta humana no podría ser comprendida en toda su complejidad si se considerará al individuo aisladamente, por lo que será necesario atender a las relaciones que ese individuo ha mantenido en sus sistemas de relación (Musitu, 2006). Las relaciones establecidas en los sistemas sociales aportan a sus integrantes valores, normas y roles. Los valores establecen justificaciones ideológicas del comportamiento, las normas configuran un marco de referencia estandarizado sobre las expectativas generales de conducta y pensamiento, mientras que los roles representan expectativas específicas acerca de las formas de actuación propias de cada posición dentro del sistema. A través de la función socializadora de los sistemas, sus integrantes interiorizarán esas variables y asumirán, en consecuencia, los estilos conductuales y actitudinales característicos de cada sistema (Herrero, 2004).

Abordándolo desde esta perspectiva socioecológica y desde el enfoque disciplinar de la psicología social, destacaremos los principales factores de riesgo y de protección que la literatura científica ha vinculado al consumo abusivo de alcohol en la adolescencia. Y lo haremos refiriéndonos a tres ámbitos en que tales factores se verifican: la persona, el contexto familiar y el contexto sociocultural. La apertura a factores supraindividuales permitirá una visión más exhaustiva de la conducta de consumo y una comprensión más clara y rigurosa. Sin rehuir el análisis de lo individual, pero, eso sí, puesto necesariamente en relación con lo microsocioal y lo macrosocioal.

Así pues, en este capítulo se analizarán los porqués del consumo adolescente de alcohol, en esa triple perspectiva: factores de la persona, de las relaciones familiares y del entorno sociocultural.

2. El joven consumidor de alcohol

Una pregunta que se halla latente en toda aproximación al consumo juvenil de alcohol es la siguiente: ¿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 “siente” y “piensa” acerca del alcohol, acerca de sus efectos psicoactivos, su significado social, sus posibles consecuencias para la salud y la relación de él mismo con las anteriores variables. Es decir, es una cuestión más de actitudes que de conocimientos. 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 (Jessor, Costa, Kreuger y Turbin, 2006). Las expectativas hacia las bebidas alcohólicas son creencias referidas a los efectos que éstas producirán en el comportamiento, en el estado de ánimo y en 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 influirán, 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 de desinhibición y facilitación 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 las creencias 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, incluso antes 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 et al., 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 de que es normal beber en la adolescencia e intenciones conductuales de beber al llegar a esa edad.

Ya en el periodo 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 (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 han obtenido con él (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 cuestión 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, 2007; Giró, 2007; Moliner, 1998; Sánchez-Vidal, 1998). La línea de controversia se ha movido en torno a si el conocimiento objetivo de qué conductas perjudican 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 fuera incompatible con la conducta que lo provoca, la prevención podría basarse en la divulgación de aquélla; en caso contrario, habría que seguir buscando otros factores de mayor profundidad y complejidad, desde los cuales intervenir.

Lo cierto es que hace ya más de 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, y los que poseen información más veraz no presentan un menor riesgo de ser consumidores abusivos (Martínez-Higueras, 2012; Pons, 2001). También, de las revisiones de Canning, Millward y Raj (2003) y de Tobler et al. (2000) se desprende la misma conclusión: los programas preventivos basados en proporcionar información sobre las consecuencias negativas de las drogas tienen poca influencia sobre la conducta de consumo de las mismas.

En consonancia, la recomendación de la OMS hace hincapié en promover, en los receptores de las campañas preventivas, una motivación que actúe en los componentes afectivo y conativo de las actitudes y no sólo en el cognitivo. Únicamente así, el conocimiento de que el abuso de alcohol es perjudicial podría 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 esta línea, el informe del Proyecto Scopio (2017) constata que más del 40% de los adolescentes y jóvenes encuestados considera que, pese a los riesgos conocidos del alcohol, las consecuencias positivas de emborracharse con los amigos compensan tales riesgos.

Es necesario recordar que una característica propia de la lógica del pensamiento adolescente es la ilusión de invulnerabilidad. Se trata de una forma 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 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, Ravenna, Musitu y Lila, 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. A esto habría que añadir otro hecho, éste de carácter fisiológico, como es que los adolescentes son menos vulnerables a los efectos agudos de tipo sedativo y motor del alcohol, en comparación a los adultos, por lo que pueden alcanzar altas concentraciones de alcohol en su organismo sin llegar a experimentar una gran incapacitación momentánea (Cortés, Espejo y Giménez, 2008).

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, 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 (Hogg y Vaughan, 2008). 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 atractiva (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 de 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; Musitu, Estévez y Jiménez-Gutiérrez, 2010), 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 y de sus relaciones familiares (Martínez-Higueras, 2012; 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 efecto, algunos adolescentes con baja autoestima pueden utilizar el alcohol y otras sustancias para lograr un mayor sentimiento de competencia social en su relación con los otros e integrarse en grupos donde tales consumos son aceptados (Ravenna, 2005; Villarreal, 2009). 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 desconfirmen 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 sería menos importante que el riesgo que para la reputación supondría una conducta abstinerente o moderada, si él pensara que el grupo la atribuyera a falta de decisión. En esta línea, Giró (2007) informa 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.

En relación con el pensamiento autorreferente, se ha podido observar que una elevada autoestima académica tiende a reducir la probabilidad de consumo de sustancias en la adolescencia, es decir, actúa como factor protector (Jiménez-Gutiérrez, Musitu y Murgui, 2008; Musitu y Herrero, 2003; Villarreal et al., 2010). Esta dimensión de la autoestima está íntimamente ligada a la capacidad del adolescente para asumir y respetar las normas de convivencia, de tal manera que aquellos adolescentes que valoran de forma negativa su propia capacidad académica y perciben insatisfacción con la escuela tienen mayor tendencia al consumo de alcohol y otras drogas.

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 genéricas. 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 ante el consumo abusivo alcohólico en la adolescencia (Pons y Berjano, 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 gratificaciones personales se relacionan con una mayor probabilidad de consumo (Pons, Buelga y Lehalle, 1999).

En esta misma línea, Young, Sweeting y West (2008) encuentran, en un estudio longitudinal, que la conducta antisocial predice el consumo abusivo de alcohol en los adolescentes, siendo la disposición antisocial un factor antecedente del consumo en mayor medida que éste de aquélla, pues sólo en el corto plazo se encuentra un efecto del alcohol en el comportamiento antisocial. Como se observa, 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 se caracterizan –en comparación con los consumidores abusivos– por una mayor interiorización de los estándares culturales de convivencia y comportamiento, por la misma interiorización de la disciplina y el autocontrol como formas de adaptarse 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 et al., 2003). 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 et al., 2003; Knyazev, Slobodskaya, Kharchenko y Wilson, 2004; Kuntsche et al., 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 deberían 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) comprobaron 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 y en la confianza e identificación con las instituciones sociales– gana importancia como factor de protección a lo largo del desarrollo madurativo del adolescente. 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.

Las alternativas de ocio también se han considerado como un factor de protección, en tanto que permiten al adolescente satisfacer sus necesidades de integración, experimentación y autonomía, sin tener que implicarse en conductas de riesgo para la salud (Muñoz y Graña, 2005). 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. Se promueven actividades “libres” de alcohol, tabaco y otras sustancias, sin hacer proselitismo antidrogas, sólo planteando actividades que puedan satisfacer la motivación hedonista y exploratoria de los jóvenes. Las actividades son elegidas y organizadas bien por los mismos participantes o bien por instituciones públicas responsables. De cualquier manera, los programas de ocio alternativo deberían tener en cuenta las necesidades reales de los grupos a los que se dirigen y la diversidad de éstos, así como incluir una visión crítica del modelo recreativo basado en el consumismo (Izquierdo, 2006). No obstante, no existe constancia de evaluaciones sistemáticas de impacto que ilustren 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 de disposiciones motivacionales es necesario hacer mención a la experiencia psicoactiva derivada del consumo de alcohol. El alcohol étílico 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, la inestabilidad

emocional ha sido señalada como un predisponente del consumo de alcohol (Cortés, Mayor y Miñarro, 2002), debido, sobre todo, a los efectos psicoactivos de refuerzo negativo. Sin embargo, en población adolescente 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 analizado 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.

3. La familia y su influencia en el consumo de alcohol

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 (Musitu, 2006). 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 (Lila, Van Acken, Musitu y Buelga, 2006).

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 niño y en el buen desarrollo de su autoestima (Buelga y Musitu, 2006; Cava, Murgui y Musitu, 2008; May, Vartanian y Virgo, 2002). Un estilo educativo parental que esté 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 ausencia de control (Parke, 2004). El apoyo familiar permite al hijo sentirse 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 cuando llegue la adolescencia. Y es que las capacidades de ajuste del adolescente se encuentran fuertemente mediatizadas por los recursos familiares de índole psicológica y social, generalmente ya presentes desde la infancia y persistentes en la adolescencia (Musitu et al., 2010). Los recursos familiares de protección frente 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; Estévez y Jiménez-Gutiérrez, 2013; Loeber, Yin, Anderson, Schmidt y Crawford, 2000; Musitu, 2006).

El apoyo familiar percibido por los hijos actúa como factor de protección del consumo

abusivo de alcohol en la adolescencia (Musitu, Buelga, Lila y Cava, 2001). Los padres que durante la infancia se implican en las actividades de sus hijos, que les comunican expectativas de comportamiento claras y que recompensan las conductas ajustadas contribuyen a disminuir la probabilidad de consumo alcohólico al llegar a la adolescencia (Houghton y Roche, 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 el ajuste socioemocional y en la capacidad de adaptación a las relaciones y a la vida social, así como para prevenir conductas de riesgo (Jiménez-Gutiérrez, 2013; 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 de aceptación familiares representa un factor crítico que favorece el consumo de alcohol cuando el hijo es adolescente (Buelga y Musitu, 2006; Kumpfer, Alvarado y Whiteside, 2003). El sentimiento de insatisfacción respecto al sistema familiar y al tipo de regulación que imponen los padres se encuentra asociado a una mayor probabilidad tanto de inicio en el consumo alcohólico como de consumo abusivo en la adolescencia (Buelga y Pons, 2004; 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 con anterioridad, 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.

En efecto, 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 que aportan los padres. Como ha sido mencionado, la necesidad de autoafirmación puede llevar a un adolescente a manifestar determinados comportamientos que, pretendidamente, le proporcionarían una imagen más positiva de sí mismo en el contexto de la relación con los demás.

Pero no sólo el estilo parental reprobador se relaciona con el consumo alcohólico en los hijos adolescentes, también un estilo caracterizado por la ausencia de control parental actúa como factor de riesgo (Martínez-Álvarez, Fuertes, Ramos y Hernández-Martín, 2003). En concreto, Gracia, Fuentes y García-Pérez (2010) comparan el efecto de cuatro estilos diferentes de socialización familiar, basados en dos dimensiones: afecto y control. Estos autores encuentran un mayor consumo de alcohol, tabaco y cannábicos en los adolescentes cuyos padres basan la socialización en un estilo de bajo afecto y alto control, o de bajo afecto y bajo control, mientras que el consumo de tales sustancias es significativamente menor cuando los padres basan la socialización en un estilo de alto afecto y alto control, o de alto afecto y bajo control.

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 sentimientos de autoestima y seguridad y, por tanto, reducen la vulnerabilidad a la presión grupal. Del mismo modo, la calidad de la relación parental-filial 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). La probabilidad de percibir la vida familiar como un contexto conflictivo, en el que existe poco entendimiento, es mayor en los adolescentes consumidores abusivos de alcohol que en los abstemios o en 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 desempeña 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 académico 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. La autoestima que procede de los ámbitos familiar y académico opera como factor protector del consumo alcohólico, tal y como ha sido discutido en este apartado y en el anterior. No obstante, la autoestima que procede del ámbito de las relaciones sociales del adolescente guarda una relación más compleja con esta conducta. Así, algunos estudios han comprobado que la autoestima social observa una correlación 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 (Musitu, Jiménez-Gutiérrez y Murgui, 2007; 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 muestran 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.

Otro factor familiar que demuestra influencia en el consumo de alcohol en los adolescentes es el modelado parental de consumo. 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; Villarreal et al., 2010). En

general, el consumo de alcohol en los padres predispone en los hijos 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 que las palabras en la conducta de los hijos. 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 el consumo del hijo representa una situación paradójica que pudiera hacer que el adolescente categorizara tal 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 (Pons, 2013). 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 la familia (Laespada y Elzo, 2007a; Vázquez et al., 2014). 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 actitud que han venido adquiriendo en sus familias. Sus rasgos de personalidad, expectativas sociales o prioridades de valor se ponen en práctica durante la adolescencia, pero ya venían orientados por la socialización familiar –lo cual, desde una perspectiva socioecológica, ejemplificaría un tipo de incidencia mesosistémica, como es la interacción peculiar entre dos microsistemas de influencia: la familia y el grupo de iguales (Bronfenbrenner, 1979)–.

La institucionalización familiar y 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 reducir el riesgo, fomentando, desde la infancia, actitudes 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 deberían constituirse en ámbitos específicos de trabajo pedagógico, sino que su tratamiento educativo natural corresponde a todas las situaciones y experiencias que el niño tenga en el contexto familiar o en el centro educativo, 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 guiar 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, periodo 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 asunción de su responsabilidad como educadores, y otra de 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 en materia de consumo de drogas (Baigorri y Fernández-Díaz, 2003; Pinazo y Pons, 2002). Entre los objetivos de la intervención preventiva desde y con la familia será relevante 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 los hijos: sus propias 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.

Las familias y los profesionales son los que educan a los niños y adolescentes, pero para que ello sea posible es necesario que tengan formación, orientación y apoyo suficientes (Kumpfer et al., 2003). 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 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 llamada “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.

Una escuela de padres tiene como pretensión 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 puedan desempeñar con éxito la función educativa con sus hijos (Lila, Buelga y Musitu, 2006). 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 escuela de padres, otra modalidad de trabajo es la del aprendizaje participativo, en la que la instrucción explícita es sustituida por grupos de diálogo y concienciación entre padres. A lo largo de las sesiones grupales, los padres van construyendo un sentimiento de autoeficacia y responsabilidad en la educación de sus hijos, ayudados por el trabajo de educadores que actúan como motivadores y facilitadores para transferir al contexto familiar aquello que se trabaja en los grupos (Pantin et al., 2003; Prado et al., 2007).

No habrá que pensar, no obstante, que un adolescente educado en familias con buenas prácticas de protección estará inmunizado ante el riesgo del consumo abusivo de alcohol. 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, así como que los recursos de protección y las variables predisponentes no sólo proceden de la familia, sino también de otras fuentes, incluyendo la escuela, las relaciones con los iguales y el entorno comunitario y social (Silbereisen y Lerner, 2007). Es cierto que la socialización familiar, si está fundamentada en la comunicación, el afecto, la comprensión y el apoyo, será un factor de protección, como también lo será 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. En la tarea de educar a los menores para que adquieran estilos de vida saludables, la institución escolar tiene un papel importante, cual es consolidar en los alumnos recursos como la responsabilidad, la autoestima, los hábitos cívicos, los valores prosociales o la emancipación de criterios. Desde la Educación Infantil y Primaria, la escuela puede contribuir a potenciar factores protectores, ante la avalancha de mensajes mediáticos y de los contextos relacionales inductores de formas de ocio asociadas al consumo de alcohol.

En efecto, las presiones que provienen del contexto sociocultural más amplio, a los que todos se hallan expuestos por ser miembros de la misma sociedad, también deben formar parte de un modelo explicativo del consumo de alcohol. A ello dedicaremos el siguiente apartado.

4. El contexto social, cultural y mediático

En los años cincuenta del siglo XX, el demógrafo francés Sully Ledermann planteó una hipótesis acerca de la distribución del consumo de bebidas alcohólicas en una sociedad, que, desde entonces, ha sido motivo de discusión en el ámbito de las ciencias sociales y de la salud. La llamada “hipótesis Ledermann” propone que la prevalencia del consumo abusivo de alcohol responde a una relación esencial: la proporción de bebedores excesivos aumenta al cuadrado del consumo promedio per cápita de la población a la que pertenecen (Ledermann, 1956). Es decir, el consumo global de una población se relaciona, de manera proporcional, con el porcentaje de consumidores abusivos de esa población: a mayor cantidad de consumo global, mayor probabilidad de encontrar consumidores abusivos.

En la sociedad del siglo XXI, el consumo de alcohol alcanza rasgos de mayor

heterogeneidad que en momentos anteriores, por lo tanto, es difícil explicar el consumo abusivo sólo mediante una relación lineal. No obstante, los datos no permiten negar tajantemente el sentido de la relación esencial de Ledermann: estudios epidemiológicos en diferentes países corroboran que sí existe una relación entre el consumo medio y la proporción de consumidores excesivos (Muñoz y Nizard, 1995), así como entre la tasa general de venta de alcohol y el número de accidentes de tráfico (Skog, 2003) y entre aquella tasa y la prevalencia de la cirrosis hepática (Ramstedt, 2003). Por ello, muchos investigadores han planteado que la forma más efectiva de reducir las consecuencias sociales y sanitarias del abuso de alcohol, especialmente entre adolescentes y jóvenes, sería reducir la disponibilidad de la sustancia en la sociedad (Cook, 2007; Livingston, Chikritzhs y Room, 2007; Plant y Plant, 2006).

La idea de disponibilidad de sustancias institucionalizadas alude a que su presencia física en una sociedad dada predice la cantidad del 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. La relación existente entre facilidad del suministro e intensidad del consumo ha sido habitualmente considerada dentro de la investigación sobre consumo de alcohol juvenil (Knibbe et al., 2005; Laespada y Elzo, 2007a). Y la disponibilidad social de una sustancia tiene también incidencia en el inicio de su consumo, ya desde la preadolescencia (Komro et al., 1998). Por ello, aunque no puede simplificar la problemática del consumo de alcohol a sólo una cuestión de disponibilidad, numerosos autores señalan que las medidas de control sobre el acceso, tales como retrasar la edad legal de dispensación o incrementar los precios de las bebidas en las tiendas, han demostrado reducir los niveles de consumo alcohólico entre los adolescentes (Anderson y Baumberg, 2006; Babor et al., 2003; Chisholm, Rehm, Van Ommeren y Monteiro, 2004).

La disponibilidad dependerá, en primera instancia, de la presencia física de la sustancia en el medio social –en la casa, en el local de ocio, en la tienda,...– y de su facilidad de adquisición. Pero no habrá que olvidar que la disponibilidad 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 incrementará 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 no siempre resulta fácil admitir la asociación que existe entre este enraizamiento y las diferentes modalidades de consumo abusivo, incluyendo el consumo de los menores. Datos de investigación constatan que la gran mayoría de los adolescentes piensan que las bebidas alcohólicas ayudan a animar las fiestas y atribuyen a estas bebidas efectos positivos como favorecedoras de la socialización, la desinhibición y la diversión (Mora, Natera y Juárez, 2005; Pascual, 2002; Pons y Berjano, 1999). 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. De hecho, en la investigación de Pinazo y Pons (2002) se encontró que un 80% de los padres de niños y adolescentes considera que las bebidas alcohólicas ayudan a animar sus propias fiestas y reuniones sociales. 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.

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 tanto el consumo habitual dentro de “los límites” como 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 extralimitación 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.

Del informe 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 que asocia el alcohol a la relación social, la diversión y la celebración. Estos mismos significados los reciben de la publicidad de bebidas alcohólicas en los medios de comunicación. En la revisión de Anderson (2007) se ilustra que diversos estudios longitudinales han demostrado que el volumen de anuncios publicitarios presentes en el medio social aumenta significativamente la probabilidad de que los adolescentes empiecen a beber y la cantidad que beben en su tiempo de ocio. 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 sólo transmitir 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 o libertad de acción, es decir, a los valores que suelen estar priorizados en la jerarquía de valores de los adolescentes (Buelga y Pons, 2013).

Al vincularse, en la publicidad, la bebida con el tiempo libre, la relación social y el compañerismo, ésta está contribuyendo a disminuir entre los jóvenes la conciencia de la peligrosidad que acarrea el consumo inmoderado de alcohol (Buelga y Pons, 2013). En este sentido, los jóvenes se enfrentan a un discurso paradójico respecto al 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. Efectivamente, como informan diversos estudios (Cortés et al. 2008; Villarreal, Sánchez, Musitu y Varela, 2012), divertirse con los amigos es el motivo principal que los adolescentes arguyen para beber los fines de semana.

La motivación hedonista y socializadora de los jóvenes –legítima en sí misma, por otra parte– adquiere expresión en ciertas formas de relación que incluyen el consumo de alcohol. Como se ha señalado anteriormente, se está observando en los últimos años que, entre los jóvenes de diversos países, se extiende una forma de consumo de alcohol llamada consumo concentrado o *binge drinking*. Este consumo se caracteriza por la ingesta de grandes cantidades de alcohol en los momentos de ocio nocturno. En nuestro país, ese consumo concentrado juvenil presenta una forma peculiar que fue bautizada por los propios jóvenes de los primeros años del siglo XXI como “botellón”. El botellón se caracteriza por la ingesta de alcohol, predominantemente en la vía pública, por parte de grupos de jóvenes. Se podría definir como la reunión de grupos de jóvenes en espacios públicos abiertos, tales como calles, plazas o

parques¹, para beber, escuchar música y relacionarse entre ellos, concentrándose mayoritariamente en las noches de los fines de semana (Antona y Madrid, 2005; Baigorri y Fernández-Díaz, 2003; Pons, 2013). Aunque los datos muestran que el botellón no ha sustituido totalmente al consumo de alcohol en locales comerciales y sigue conviviendo con él (Gentile, 2013), sí es cierto que esta práctica se ha convertido en una opción bastante generalizada de ocio juvenil en el fin de semana, incluso para muchos jóvenes menores de edad (Cortés et al., 2010; Juan, Duch y Calafat, 2012; Musitu y Bascones, 2006; Observatorio Español de la Droga y las Toxicomanías, 2016).

Pero en el botellón no todo es beber, no todo consiste en buscar los efectos psicoactivos del alcohol, sino que hay algo más. En primer lugar, las reuniones conocidas como “botellón” integran en ellas a muchos jóvenes que consumen grandes cantidades que pueden calificarse como *binge drinking*, pero no todos los participantes en un botellón acaban consumiendo esas grandes cantidades ni es su intención alcanzarlas (Musitu y Bascones, 2006). En segundo lugar, y con independencia de las cantidades, el sentido que dan los jóvenes al consumo de alcohol en las calles ha de ser comprendido desde los procesos sociales y relacionales implicados y no sólo como una ocasión para beber mucho. El botellón llega ya a ser parte de una cultura juvenil, de ahí que su estudio no pueda ser abordado sólo como un problema de alteración del orden público. Según Antona y Madrid (2005), se puede hablar de “cultura juvenil” en el botellón, pues se entiende que es una práctica social que implica una concepción específica de las relaciones, del espacio y del tiempo. Los jóvenes conceptualizan y usan el tiempo –la noche– y el espacio –las calles– con peculiaridades relacionales propias. El botellón es una actividad de ocio normalizada entre la población joven, en la cual las calles en que se reúnen son algo más que un espacio físico: se trata de un espacio simbólico, común y compartido, construido por los jóvenes a través de la interacción entre ellos.

El ocio juvenil se puede analizar como una construcción colectiva que refleja discursos, normas y valores de una determinada 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 el inicio de las conductas juveniles a la adolescencia temprana y se retrasa la emancipación de la familia y otros roles adultos tradicionales hasta más allá de los treinta (Giró, 2007). Esto implica una prolongación hacia adelante y hacia atrás en las denominadas “conductas de exploración”, como el consumo de sustancias. En esta situación, el uso y abuso del alcohol en el botellón ya no es una cuestión sólo adolescente, sino que implica a la juventud entre el principio de la pubertad y la treintena.

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 realidad particular para jóvenes y mayores. El concepto contemporáneo de ocio, en el mundo occidental, nace en el contexto de la sociedad industrial del siglo XX, en que los avances sociales permitieron a los trabajadores disfrutar del descanso del fin de semana, y donde los hijos de las familias prolongaban su etapa de formación y estudio más allá de la adolescencia temprana, estando liberados de tener que contribuir con su trabajo al sustento familiar.

La mayoría de adolescentes y jóvenes utiliza buena parte de su tiempo de libre disposición para estar con sus amigos y casi siempre en actividades que tienen que ver con las relaciones

¹ Generalmente, se trata de espacios al aire libre, aunque también se dan estas reuniones juveniles para beber en grupo en espacios cerrados privados, cuando las circunstancias climatológicas desaconsejan el espacio abierto. Algún estudio, como el de Gamarra (2015), ha documentado las pautas de estos peculiares “botellones” en espacios privados cerrados, no siendo muy diferentes a las del espacio público abierto, salvo por generarse y compartirse un sentimiento de pertenencia mayor.

amistosas y afectivas. Este tiempo libre se sitúa, generalmente, entre el jueves y el domingo, y se convierte en un espacio para el descubrimiento de formas de relación, pero también para el consumo (Gentile, 2013; Musitu y Bascones, 2006). Se crea, así, el espacio temporal de “la noche del fin de semana”, con todas sus connotaciones simbólicas. Y la ocupación de ese tiempo nocturno durante los fines de semana es indisociable de la ocupación colectiva de un territorio. Las demandas específicamente juveniles, en cuanto al disfrute de esas horas con sus amigos, tienen que ver con la necesidad de disponer de lugares propios y compartidos. 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 emocionalmente compartido, próximo y propio, tiene una importancia simbólica para los grupos juveniles (Musitu y Bascones, 2006). Esa apropiación de un espacio público responde a la necesidad legítima de crearse un sitio en el que poder estar con los iguales y desarrollar las actividades afectivas, lúdicas y socializadoras que el grupo satisface. También 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, plazas y parques, estén relacionados con las carencias de alternativas e infraestructuras para el ocio juvenil, y con los precios abusivos de la mayoría de locales de ocio nocturno.

A ese uso del tiempo y del espacio se añade que la gran mayoría de las actividades realizadas en el ocio juvenil tienen que ver con la sociabilidad, y ésta, a su vez, se vincula al consumo de sustancias, principalmente alcohol. La mayoría de las actividades juveniles que implican relación social están mediatizadas por el consumo de alcohol (Avellaneda, García-Cid y Segura, 2002; Gentile, 2013; Musitu y Bascones, 2006). En este sentido, parece que la búsqueda de relaciones amistosas y afectivas se asocia al consumo de alcohol como sustancia desinhibidora y facilitadora social. Así pues, 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–.

El ocio juvenil actual se sitúa, por tanto, en tres dimensiones principales: los cambios sociohistóricos, relacionados con la edad y con el tiempo de libre dedicación en los jóvenes, la consolidación de una sociedad consumista donde el ocio es un sector económico en auge y, finalmente, la utilización del espacio público. Así, se puede entender cómo, en el momento actual, se ha 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. Pero estos modos de diversión pueden entrar en conflicto con otros sectores de la sociedad, como se deduce del seguimiento mediático realizado en los últimos años acerca del botellón.

El botellón tiene lugar en la calle, liberado de los altos precios de los locales de ocio nocturno, establecimientos, por otra parte, definidos social y legalmente para el consumo de alcohol y para el encuentro social y el ocio. Esta desvinculación del local “normalizado” constituye un primer problema: mientras que en él se puede ejercer un control y sancionar sobre los horarios, 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. Estas características dificultan el control y pueden favorecer el desarrollo de ciertos problemas de orden público, que son causantes de las protestas de otros sectores de la sociedad, sobre todo de los vecinos que viven cerca del espacio utilizado en cuestión.

El ruido, la basura o las peleas son los principales problemas que reconocen los jóvenes, lo cual coincide con los problemas que identifican y señalan los vecinos: ruido, suciedad, mal

olor y disturbios (Musitu y Bascones, 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 botellas que se consumen. Un incremento en alguno de estos aspectos provocará un aumento de las protestas; y, al contrario, un decremento, reflejado en pequeños botellones dispersos o en el alejamiento de las viviendas, disminuirá los niveles de conflicto.

Junto esa dimensión cuantitativa de las consecuencias derivadas del botellón, existe otra cualitativa que tiene que ver con la salud: el riesgo derivado del consumo de alcohol y otras sustancias, como tabaco, cannábicos u otras drogas. Habrá que aclarar, en todo caso, que el abuso de alcohol no es visto por los jóvenes como el objetivo fundamental 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 muchos consumen alcohol abusivamente, que la edad de inicio en este consumo es cada vez más temprana, que un porcentaje importante de consumidores de alcohol fuman tabaco y, en menor porcentaje, también cannábicos, así como que muchos menores acuden y participan en los botellones (Musitu y Bascones, 2006). A esta situación se añade el riesgo asociado a la conducción de vehículos bajo los efectos del alcohol u otras sustancias.

Como ha sido argumentado anteriormente, el consumo juvenil de alcohol ocurre en el marco de una sociedad donde 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 de la comunión de pertenencia a un grupo de iguales y a una cultura de edad, y del abandono de la condición infantil. 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 refleja inevitablemente la sociedad de referencia y reproduce la mayoría de sus valores, si bien adaptándolos a las circunstancias generacionales específicas (Smetana, 2011). 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 periodo del ciclo vital encuentra en el grupo la oportunidad para su realización. La asociación alcohol-grupo-diversión, a la que ya nos hemos referido, es para los adolescentes una realidad innegable: si beber alcohol no reportara consecuencias positivas, no lo harían.

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 identidad y la afiliación se pueden facilitar por la adhesión a ciertas conductas rituales afianzadas en el grupo, que suponen comportamientos implícitamente aceptados como normativos. El adolescente ha aprendido que los amigos estimulan y potencian la afiliación y la identidad a través de la adhesión a ciertas conductas rituales afianzadas en el grupo. Los iguales se convierten, de esta manera, en un referente social dominante para la ingesta de alcohol, en tanto que el consumo del grupo hará más probable el consumo de cada uno de sus miembros (Henry, Slater y Oetting, 2005; Villarreal et al., 2010). En este sentido, 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 (Romero, 2006). 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 periodo 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 periodo 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; Lerner, 2007), 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. Como explica Martínez-Ferrer (2013), los miembros de un grupo adolescente tienen y buscan tener características similares entre ellos, intereses, códigos de funcionamiento, actitudes y comportamientos comunes. El grupo determina ciertas pautas de comportamiento a las que cada uno de sus miembros deberá ajustarse. Las presiones hacia la conformidad grupal actúan como un elemento que sustenta conductas y actitudes peculiares de ese grupo. El compromiso con el grupo demanda la adopción de aquellos modos de comportamiento que pueden satisfacer 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 diversos procesos de identificación entre iguales (Allen, Donohue, Griffin, Ryan y Turner, 2003). Como recogen Buelga et al. (2006), esto acontece mediante dos procesos psicosociales: 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 de deseabilidad. Veremos esto en los párrafos que siguen.

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). 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 consumismo. Los medios de comunicación 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. En los modelos mediáticos que se nos ofrecen, ocurre que la justa medida del rigor, de la prudencia y del buen sentido son simplificados, muy a menudo, en favor de la banalidad, la despreocupación y la puesta en valor de cierto tipo de hedonismo apresurado y congruente con la ética neoliberal². A esta cultura de la despreocupación, para funcionar, le basta una máxima: “si es divertido, es bueno”. No importa si es saludable, ético, prudente, inteligente, bello, juicioso,... o todo lo contrario; mientras sea divertido, será válido. De esta forma, queda el terreno abonado para el consumo de sustancias, como una forma más de experimentar la ilusión de la despreocupación y el libre albedrío.

Especialmente la televisión, a través de la publicidad, los espacios de telerrealidad, las películas o las series, ejemplifica cuáles son los estándares de deseabilidad, de éxito social y de reputación; unos modelos basados en la despreocupación y el consumismo, y que podrán utilizarse para trazar el propio estilo y compartirlo con los iguales, satisfaciendo así la motivación humana básica de integración social (Pérez-Álvarez y García-Montes, 2004). Al tiempo que los bienes y servicios ofrecidos para el consumo se convierten en señales de adhesión a un estilo determinado, el uso de alcohol y otras drogas se convierte en elemento componente de un estilo de vida, pues forma parte de los rituales sociales que ofrecen identidad y un peculiar sentido de cohesión grupal (Elzo, Laespada y Pallarés, 2003; García-Montes y Caballero, 2006). De este modo, el grupo de adolescentes se presenta como espacio donde escenificar colectivamente el culto al consumismo y a la despreocupación –valores, claro está, promovidos por la sociedad adulta– y donde esta modalidad de diversión cortoplacista y sin reparos se convertirá en el valor dominante. Paradójicamente, esa cohesión grupal se fundamenta en una ética social individualista: 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.

Efectivamente, 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 la propia adhesión a ese estilo de vida la lleva implícita. Y no pasará nada mientras el uso de la libertad se traduzca en conductas que no

² Autores como Chomsky (2009) o Chomsky y Ramonet (2002) dicen que el poder económico dominante se aprovecha de la televisión para interesar al público por asuntos banales, fomentar el consumismo y el culto a la apariencia, y promover un estilo de vida alejado de los valores culturales y prosociales, creando así individuos dóciles, sin sentido crítico, despreocupados e insolidarios, distraídos por la añagaza del disfrute personal inmediato.

deterioreen 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 et al. (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, pues, 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 cotidianidad; 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 banalización de los referentes tradicionales de cultura. El “presentismo” se postula como una alternativa de adaptación, un elemento configurador de un estilo de vida, que además es congruente con los modelos 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 diferentes a los demás.

En todo caso, sería improcedente ofrecer una imagen culpabilizadora, presentando al adolescente de hoy como un ser antinormativo sólo interesado en emborracharse. Es cierto que hay comportamientos de algunas personas y grupos que demuestran escaso sentido de la responsabilidad, y es cierto que esos comportamientos irresponsables no pueden ser pasados por alto ni disculpados. Pero todo consumidor adolescente no es simplemente un gamberro ni ocupa todo su tiempo en beber. Aunque hay diferencias individuales, relacionadas con prioridades de valor, que explican un mayor riesgo de consumo abusivo, el consumo alcohólico es una conducta demasiado extendida entre la población juvenil como para concluir que pudiera responder tan sólo a motivaciones antinormativas. Además, la supuesta anomia no es tanta, si consideramos la adhesión a las normas del grupo y que su conducta refleja también determinados valores de la sociedad adulta. Lo que busca el adolescente en el grupo, como todo ser humano, es adaptación al medio. Esta motivación adaptativa estará presente en todo su

comportamiento, del cual la ingesta de bebidas alcohólicas será 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 presentado 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 desde 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 consumo de alcohol en el imaginario de los jóvenes y, relacionado con ello, la prevalencia de formas de consumo abusivo. Esto constituye un reto social, que nos debería llevar a afrontar este problema con la conciencia de que haciéndolo estaremos contribuyendo a 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.
- Anderson, P. (2007). *Commercial communications and alcohol*. Utrecht: Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid.
- Anderson, P. y Baumberg, B. (2006). *Alcohol in Europe: A public health perspective*. Londres: Institute of Alcohol Studies.
- 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*. Madrid: Comunidad de Madrid.

- Babor, T., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K. et al. (2003). *Alcohol, no ordinary commodity: Research and Public Policy*. Oxford: University Press.
- 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.
- 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 de Rennes.
- Buelga, S. y Pons, X. (2004). Alcohol y adolescencia: ¿Cuál es el papel de la familia? *Encuentros en Psicología Social, 2*, 39-43.
- Buelga, S. y Pons, X. (2013). El consumo de drogas en la adolescencia. En G. Musitu (Ed.), *Adolescencia y familia: Nuevos retos en el siglo XXI*. México: Trillas.
- 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.
- Calafat, A., Mejías, G., Amengual, M. y Palmer, A. (1992). Control externo e interno y consumo de drogas. *Adicciones, 4*, 219-232.
- Canning, U., Millward, L. y Raj, T. (2003). *Drug use prevention: A review of reviews*. Londres: Health Development Agency.
- 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., 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.
- Centers for Disease Control and Prevention (2010). Vital signs: Binge drinking among high school students and adults. *Morbidity and Mortality Weekly Report, 59*, 1274-1279.
- Chambers, R.A., Taylor, J.R. y Potenza, M.N. (2003). Developmental neurocircuitry of motivation in adolescence: A critical period of addiction vulnerability. *American Journal of Psychiatry, 160*, 1041-1052.
- Chisholm, D., Rehm, J., Van Ommeren, M. y Monteiro, M. (2004). Reducing the global burden of hazardous alcohol use: A comparative cost-effectiveness analysis. *Journal of Studies on Alcohol, 65*, 782-793.

- Chomsky, N. (2009). *El beneficio es lo que cuenta: Neoliberalismo y orden global*. Barcelona: Crítica.
- Chomsky, N. y Ramonet, I. (2002). *Cómo nos venden la moto: Información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria.
- 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.
- Cook, P.J. (2007). *Paying the tab: The economics of alcohol policy*. Princeton: University Press.
- Cortés, M.T., Espejo, B. y Giménez, A. (2008). Aspectos cognitivos relacionados con la práctica del botellón. *Psicothema*, 20, 396-402.
- Cortés, M.T., Espejo, B., Martín del Río, B. y Gómez-Íñiguez, C. (2010). Tipologías de consumidores de alcohol dentro de la práctica del botellón en tres ciudades españolas. *Psicothema*, 22, 363-368.
- 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., 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.
- 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. y Jiménez-Gutiérrez, T.I. (2013). La familia en el mundo contemporáneo. En G. Musitu (Ed.), *Adolescencia y familia: Nuevos retos en el siglo XXI*. México: Trillas.
- 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.
- Farke, W. y Anderson, P. (2007). Binge drinking in Europe. *Adicciones*, 19, 333-340.

- Frydenberg, E. (2000). Teaching coping to adolescents: When and whom? *American Educational Research Journal*, 37, 727-745.
- Gamarra, J. (2015). *Prevalencia, determinantes y consecuencias asociadas al consumo de alcohol y cannabis en los locales de ocio privado de Teruel*. Trabajo final de máster, Universitat de València.
- 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.
- Gentile, G. (2013). *Bienestar y calidad de vida relacionada con la salud en una muestra urbana de jóvenes*. Tesis doctoral, Universidad de Zaragoza.
- Gil, 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 multi-axial assessment: A memory network-based approach. *Psychological Assessment*, 16, 4-15.
- Gracia, E., Fuentes, M.C. y García-Pérez, F. (2010). Barrios de riesgo, estilos de socialización parental y problemas de conducta en adolescentes. *Intervención Psicosocial*, 19, 265-278.
- 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.
- Henry, K., Slater, M. y Oetting, E. (2005). Alcohol use in early adolescence: The effect of changes in risk taking, perceived harm and friends' alcohol use. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 66, 275-283.
- Herrero, J. (2004). La perspectiva ecológica. En G. Musitu, J. Herrero, L.M. Cantera y M. Montenegro (Eds.), *Introducción a la psicología comunitaria*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Hibell, B., Guttormsson, U., Ahlström, S., Balakireva, O., Bjarnason, T., Kokkevi, A. et al. (2009). *The ESPAD Report: Substance use among students in 35 European countries*. Estocolmo: Centralförbundet för Alkohol-och Narkotikaupplysning.
- Hipwell, A.E., White, H.R., Loeber, R., Stouthamer-Loeber, M., Chung, T. y Sembover, 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.
- Hogg, W.H. y Vaughan, M. (2008). *Social psychology*. Harlow: Pearson.
- Houghton, E. y Roche, A.M. (2001). *Learning about drinking*. Washington: International Center for Alcohol Policies.
- Izquierdo, T. (2006). Prevención comunitaria. En J.C. Pérez de los Cobos, J.C. Valderrama, G. Cervera y G. Rubio (Eds.), *Tratado SET de trastornos adictivos*. Madrid: Panamericana.

- Jessor, R., Costa, F.M., Kreuger, P.M. y Turbin, M.S. (2006). A developmental study of heavy episodic drinking among college students: The role of psychosocial and behavioral protective and risk factors. *Journal of Studies on Alcohol*, 67, 86-94.
- Jiménez-Gutiérrez, T.I. (2013). La familia con hijos adolescentes. En E. Estévez (Ed.), *Los problemas en la adolescencia*. Madrid: Síntesis.
- Jiménez-Gutiérrez, T.I., Musitu, G. y Murgui, S. (2008). Funcionamiento familiar y consumo de sustancias en adolescentes: El rol mediador de la autoestima. *International Journal of Clinic and Health Psychology*, 8, 139-151.
- Juan, M., Duch, M. y Calafat, A. (2012). Hacer prevención de riesgos del consumo de alcohol y otras drogas en el contexto recreativo nocturno: Una aproximación conceptual, estructural y funcional. En L. Pérez-Gómez, C. Nuez y J. Del Pozo (Eds.), *Tecnologías de la comunicación, jóvenes y promoción de la salud*. Logroño: Gobierno de La Rioja.
- Knibbe, R.A., Joosten, J., Derickx, M., Choquet, M., Morin, D., Monshouwer, K. et al. (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., Dytrych, 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.
- Ledermann, S. (1956). *Alcool, alcoolism, alcoolisation: Données scientifiques de caractère physiologique, économique et social*. París: Presses Universitaires de France.

- Lerner, R.M. (2007). *The good teen: Rescuing adolescents from the myths of the storm and stress years*. Nueva York: Stonesong.
- Lila, M. y Gracia, E. (2005). Determinantes de la aceptación-rechazo parental. *Psicothema*, 15, 301-319.
- Lila, M., Buelga, S. y Musitu, G. (2006). *Programa Lisis: Las relaciones entre padres e hijos en la adolescencia*. Madrid: Pirámide.
- Lila, M., Van Acken, M., Musitu, G. y Buelga, S. (2006). Families and adolescence. En S. Jackson y L. Goossens (Eds.), *Handbook of adolescent development*. Hove: Psychology Press.
- 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.
- Livingston, M., Chikritzhs, T. y Room, R. (2007). Changing the density of alcohol outlets to reduce alcohol-related problems. *Drug and Alcohol Review*, 26, 557-566.
- 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.
- 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, 161-166.
- Martínez-Ferrer, B. (2013). El mundo social del adolescente: Amistades y pareja. En E. Estévez (Ed.), *Los problemas en la adolescencia*. Madrid: Síntesis.
- Martínez-González, J.M. y Robles, L. (2001). Variables de protección ante el consumo de alcohol y tabaco en adolescentes. *Psicothema*, 13, 222-228.
- Martínez-Higueras, I. (2012). *Efectos de la exposición y calidad de la prevención escolar en el consumo de drogas y factores de riesgo de estudiantes de Secundaria*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- 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. et al. (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.
- Mora, J., Natera, G. y Juárez, F. (2005). Expectativas relacionadas con el alcohol en la predicción del abuso en el consumo en jóvenes. *Salud Mental*, 28, 82-90.
- Muñoz, F. y Nizard, A. (1995). Alcohol, consommation moyenne et consommation excessive: Actualité de Sully Ledermann. *Population*, 6, 1693-1701.
- Muñoz, M. y Graña, J.L. (2005). Influencia del grupo de iguales y satisfacción con la ocupación del tiempo libre. En L. Ezpeleta (Ed.), *Factores de riesgo en psicopatología del desarrollo*. Barcelona: Masson.
- Musitu, G. (2006). La comunicación familiar desde la perspectiva sistémica. En Y. Pastor (Ed.), *Psicología social de la comunicación*. Madrid: Pirámide.
- Musitu, G. y Bascones, A. (2006). *Botellón en Málaga: Realidades y propuestas*. Informe elaborado por la Universidad Pablo de Olavide y la Fundación Alcohol y Sociedad.
- Musitu, G. y Herrero, J. (2003). El rol de la autoestima en el consumo moderado de drogas en la adolescencia. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 13, 285-306.
- Musitu, G., Buelga, S., Lila, M. y Cava, M.J. (2001). *Familia y adolescencia*. Madrid: Síntesis.
- Musitu, G., Estévez, E., Jiménez-Gutiérrez, T.I. (2010). *Funcionamiento familiar, convivencia y ajuste en hijos adolescentes*. Madrid: Fundación Acción Familiar.
- Musitu, G., Jiménez-Gutiérrez, T.I. y Murgui, S. (2007). Funcionamiento familiar, autoestima y consumo de sustancias: Un modelo de mediación. *Revista de Salud Pública de México*, 49, 3-10.
- Observatorio Español de la Droga y las Toxicomanías (2016). *Informe 2016: Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (2017). *Informe 2017: Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Palmonari, A. (1997). *Psicología dell'adolescenza*. Bolonia: Il Mulino.
- Pantín, H., Coatsworth, J.D., Feaster, D.J., Newman, F.L., Briones, E., Prado, G. et al. (2003). Familias Unidas: The efficacy of an intervention to promote parental investment in Hispanic immigrant families. *Prevention Science*, 4, 189-201.
- Parke, R.D. (2004). Development in family. *Annual Review of Psychology*, 55, 365-399.
- Pascual, F. (2002). Percepción del alcohol entre los jóvenes. *Adicciones*, 14, 124-131.

- 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, X. (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.
- Plant, M. y Plant, M. (2006). *Binge Britain: Alcohol and the national response*. Nueva York: Oxford University Press.
- Pons, X. (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, X. (2013). Consumo de alcohol y otras drogas. En E. Estévez (Ed.), *Los problemas en la adolescencia*. Madrid: Síntesis.
- Pons, X. 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, X., 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, X., 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.
- Prado, G., Pantin, H., Briones, E., Schwartz, S.J., Feaster, D., Huang, S. et al. (2007). A randomized controlled trial of a parent-centered intervention in preventing substance use and HIV risk behaviors in Hispanic adolescents. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 75, 914-26.
- Proyecto Scopio (2017). *Barómetro 2017*. Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Ramstedt, M. (2003). Alcohol consumption and liver cirrhosis mortality with and without the mention of alcohol. *Addiction*, 98, 1267-1276.
- Randolph, K.A., Gerend, M.A. y Miller, B.A. (2006). Measuring alcohol expectancies in youth. *Journal of Youth and Adolescence*, 33, 939-948.
- Ravenna, M. (2005). Il fascino delle droghe. En G. Speltini (Ed.), *Minori, disagio e aiuto psicosociale*. Bologna: Il Mulino.
- 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.
- Romero, M.P. (2006). Sociología. En J.C. Pérez de los Cobos, J.C. Valderrama, G. Cervera y G. Rubio (Eds.), *Tratado SET de trastornos adictivos*. Madrid: Panamericana.
- 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-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.
- Silbereisen, R.K. y Lerner, R.M. (2007). Approaches to positive youth development: A view of the issues. En R.K. Silbereisen y R.M. Lerner (Eds.), *Approaches to positive youth development*. Thousand Oaks: Sage.
- Skog, O.J. (2003). Alcohol consumption and fatal accidents in Canada, 1950-98. *Addiction*, 98, 883-893.
- Smetana, J.G. (2011). *Adolescents, families and social development: How teens construct their worlds*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Tobler, N.S., Roona, M.R., Ochshorn, P., Marshall, D.G., Streke, A.V. y Stackpole, K.M. (2000). School-based adolescent drug prevention programs: 1998 meta-analysis. *Journal of Primary Prevention*, 20, 275-336.
- 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.
- Vázquez, M.E., Muñoz, M.F., Fierro, A., Alfaro, M., Rodríguez-Carbajo, M.L. y Rodríguez-Moliner, L. (2014). Consumo de sustancias adictivas en los adolescentes de 13 a 18 años y otras conductas de riesgo relacionadas. *Revista Pediatría de Atención Primaria*, 16, 125-134.
- Villarreal, M.E. (2009). *Un modelo estructural del consumo de drogas y conducta violenta en adolescentes escolarizados*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Villarreal, M.E., Musitu, G., Sánchez, J.C. y Varela, R. (2010). El consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: Propuesta de un modelo sociocomunitario. *Intervención Psicosocial*, 19, 253-264.
- Villarreal, M.E., Sánchez, J.C., Musitu, G. y Varela, R. (2012). Factores asociados al consumo abusivo de alcohol en chicos y chicas mexicanos. *Revista Española de Drogodependencias*, 37, 37-61.
- Walters, S. y Baer, J. (2006). *Talking with college students about alcohol: Motivational strategies to reduce abuse*. Nueva York: Guilford.
- 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.

- Winters, K.C. (2004). *Adolescent brain development and drug abuse*. Filadelfia: Treatment Research Institute.
- World Health Organization (2014). *Global status report on alcohol and health*. Ginebra: Publications of the WHO.
- Young, R., Sweeting, H. y West, P. (2008). A longitudinal study of alcohol use and antisocial behaviour in young people. *Alcohol and Alcoholism*, 43, 204-214.
- 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.