

## Voces adolescentes sobre el consumo de alcohol: Más allá de la mirada adulta.

*Adolescent voices about alcohol use:  
Beyond the adult look.*

Autor: **Joan Pallarés**

Entidad: Universidad de Lleida  
jpallares@hahs.udl.cat

### Resumen

Este artículo presenta una reflexión sobre las percepciones juveniles respecto el consumo de alcohol en nuestros tiempos, atendiendo a las diferencias de género que se producen en relación a esta temática. Pretende descifrar sus perspectivas y sus prácticas anclándolas en los actuales contextos de consumo. Analiza las expectativas de los jóvenes y de los adolescentes respecto al consumo de alcohol y las funcionalidades que les supone el consumo. Debate sobre su visión respecto a los riesgos y los daños para entender como configuran sus formas de afrontarlos y de experimentar con los límites. Analiza la evolución de los consumos de alcohol desde los años setenta para entender en que se fundamentan las percepciones juveniles y las de sus padres y adultos.

**Palabras clave:** Jóvenes y adolescentes, consumos de alcohol, percepciones respecto al alcohol.

### Abstract

This article presents a reflection on youth perceptions regarding alcohol consumption in our time, considering the gender differences on the issue. It seeks to decipher their perspectives and practices in the consumption context. It analyzes the expectations of young people and adolescents regarding the alcohol consumption and the functions of consuming. It debates about his view regarding the risks and harms to understand how they shape their ways of dealing with them and experimenting with the limits. It analyzes the evolution of alcohol consumption since the seventies to understand on what are the youth perceptions based and the ones of their parents and adults.

**Key words:** Young people and adolescents, alcohol consumption, perceptions and expectations regarding alcohol.

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde principios de siglo han ido configurándose distintas voces que generan discursos alarmistas sobre el consumo de alcohol relacionado con los jóvenes, y en los últimos años, muy especialmente con los adolescentes. Como estudiosos de los consumos juveniles de drogas hemos analizado el fenómeno al investigar directamente los consumos de alcohol, o bien, al estudiar otros consumos de drogas hemos visto como emergían los pliegues del alcohol en la vida de los jóvenes y los adolescentes, lo cual nos ha permitido reflexionar sobre estos lances en distintos textos e informes (Pallarés et al. 2006, 2007; Pallarés y Martínez, 2010, 2013; Martínez y Pallarés, 2009).

Este artículo pretende ser una reflexión sobre el fenómeno abordándolo desde múltiples aristas e intersecciones, intentando captar los referentes socioculturales de los jóvenes y adolescentes, contruidos y reconstruidos en sus experiencias en los contextos vivenciales en que interactúan y construyen su sociabilidad, principalmente entre iguales. Por tanto, no es un posicionamiento a favor o en contra de sus configuraciones mentales o de sus prácticas reales, sino una tentativa de indagar desde la experiencia acumulada en la investigación cualitativa, respecto sus discursos y sus acciones sobre el alcohol, intentando darles voz para así comprender mejor qué es lo que está aconteciendo. No pretendemos, por tanto, sembrar verdades inamovibles sino cuestionar y reelaborar certezas y a la vez generar nuevos interrogantes que permitan avanzar desde la perspectiva de la reducción de riesgos y daños.

Nuestro propósito es ir desgranando progresivamente los distintos componentes del consumo de alcohol entre los jóvenes y los adolescentes, intentando relacionarlos para contrastar las reflexiones que nos han surgido en el trabajo de campo. Más que un ejercicio erudito con constantes llamadas a la bibliografía reciente pretende ser una discusión abierta con los futuros lectores.

## 2. POR QUÉ BEBEN

La primera pregunta que deberíamos formularnos se refiere al nudo gordiano de la cuestión: ¿por qué beben los actuales adolescentes y jóvenes? Recientemente en un grupo de discusión un adolescente reflexionaba sobre por qué bebía cerveza su padre con los amigos en un bar a media tarde de un verano caluroso. Le preguntó a su padre y este le respondió que porque tenía sed, a lo que el chaval le alegó que era mejor beber agua para saciar la sed. Posteriormente, cuando lo explicó en el grupo de discusión, manifestó no entender para nada el comportamiento de los adultos. Los adolescentes y jóvenes, como aquel padre, tampoco beben porque tengan sed, y sus padres no suelen entender por qué lo hacen.

No es nada ingenuo pensar que los adolescentes no beben para aplacar la sed sino que beben por otras razones. Razones, que si las planteamos desde la perspectiva de los de menor edad no han creado ellos mismos, sino que han aprendido o interiorizado en su contexto inmediato o en la sociedad en general. Es evidente que ellos están entrando en un mundo y en unas cosmovisiones que no llevaban incorporadas en sus genes y que por tanto se socializan con unos referentes elaborados por otras generaciones y los van interiorizando, de manera que estos pasarán a constituir su identidad y a ser referentes de sus modelos de comportamiento en el futuro.

Vivimos en una sociedad con canales y redes de información y comunicación muy amplias y densas, de las que los adolescentes captan perfectamente los mensajes y las percepciones sociales dominantes, entre ellas, los modelos de cómo son, o deben ser los jóvenes, qué hacen y qué los diferencia de los niños y adultos. Por tanto, las aspiraciones de comportamiento de los adolescentes actuales no se deben a cambios biológicos en su forma de ser adolescentes sino a cambios sociales que se han ido produciendo en las últimas décadas. Llegados a este punto, quizás deberíamos reformular la pregunta que encabeza este capítulo y más allá de preguntarnos por qué beben los adolescentes y los jóvenes, deberíamos preguntarnos por qué nuestra sociedad cree que beber alcohol, y hacerlo de una determinada forma es patrimonio de los adolescentes y los jóvenes.

¿Es tan novedoso el consumo de alcohol en España? La respuesta si analizamos el fenómeno desde una perspectiva histórica no es difícil: el alcohol lleva años entre nosotros y ha sido utilizado con finalidades muy distintas. A pesar de la gran cantidad de datos provenientes de encuestas realizadas sobre consumo de alcohol, especialmente desde los años ochenta, y de otros sistemas de evaluación del consumo de alcohol (como el World Drink Trends), no hay un acuerdo unánime sobre la evolución global del consumo de alcohol en nuestro país, y quizás no se puedan concluir o afinar datos concretos de las diferencias de edad, género y otras variables, que consigan depurar el conocimiento sobre las características de los consumidores.

No obstante si analizamos el conjunto de datos existentes podemos afirmar que en nuestra reciente historia del consumo de alcohol concurren distintas fases que podríamos caracterizar de la siguiente forma: una primera etapa desde inicios de la década de los cincuenta hasta principios de los setenta en la que el consumo de alcohol por habitante va aumentando de forma notable y continuada; una segunda fase, hasta mediados o finales de los ochenta en que el consumo se sostiene sin grandes cambios; una tercera fase de disminución importante hasta finales de los noventa, y una cuarta de un descenso más tímido pero que prosigue (con alguna distorsión) hasta nuestros días (Megías, 2010).

Dicho lo anterior, creemos que el consumo de alcohol por parte de los jóvenes, que tanta alarma está causando en los últimos años, no es un fenómeno reciente ni novedoso puesto que viene incubándose desde al menos cuatro o cinco décadas, con algunos matices y variaciones, y son en gran parte los padres de los actuales jóvenes los que iniciaron algunas de las prácticas vigentes, de ahí su ambigüedad respecto al fenómeno: por una parte parecen asustados dado que algunas de sus anteriores prácticas se han modificado, y por la otra son comprensivos y tolerantes con los consumos de alcohol de sus hijos.

En la década de los setenta empieza a vincularse el alcohol con la fiesta juvenil, tanto en acontecimientos al aire libre, como muy especialmente en los flamantes espacios de ocio juveniles (bares musicales, pubs, discotecas, etc.). Desde entonces hasta ahora el modelo juvenil de consumo de alcohol se ha ido transformando, pero siguiendo trazos y características muy parecidas a las iniciales, que han variado con las modas, la evolución del ocio y de los espacios de reunión juveniles, y en algunos lugares con el fenómeno del botellón (aunque en los ochenta ya proliferara el consumo de "litronas" en la calle).

Hasta los setenta el alcohol era una bebida que se utilizaba mayoritariamente por hombres adultos en distintos contextos, y dicha etiqueta ha sido presentada como un modelo de consumo "mediterráneo": beber todos los días en situaciones muy variadas (bebedores sociales) y, a veces

(en ocasiones festivas y en las celebraciones) se incrementaba el consumo. Este modelo se maneja como contrario al nórdico: definido por beber grandes cantidades de alcohol en un corto periodo de tiempo.

Las mujeres y los jóvenes se fueron incorporando al consumo de alcohol y en los ochenta se hizo más visible y patente el cambio de modelo, por lo que algunos estudios hablaban de altas proporciones de jóvenes (cerca del 90%) que habrían probado el alcohol. Como resultado, a principios de los ochenta ya surgieron voces que planteaban el cambio de modelo como una "pérdida de la costumbre tan arraigada y tradicional del bebedor social" y se empieza a problematizar el consumo juvenil equiparándolo por motivaciones y consecuencias al de "las otras drogas". Algunos llegan a afirmar que "en el bebedor de fin de semana la tendencia al abuso de bebidas destiladas es más patente que en el bebedor diario" (Marquínez et al., 1983).

A nuestro entender aquella época es compleja puesto que se producen grandes cambios y transformaciones sociales que hacen emerger unas pautas consumistas de alcohol (entre tantos otros bienes), y como hemos expuesto (Elzo et al., 2003) el consumo de alcohol juvenil se va alejando del espacio de trabajo y se va relegando al espacio de ocio, puesto que el ocio empieza a extenderse y aumentar tanto en tiempos como en espacios (y no solo en los jóvenes).

Aquellas y aquellos jóvenes empezaron a generar una cultura festiva que vendrá singularizada por la importancia del consumo de alcohol, aunque para la mayoría de forma discontinua, principalmente en los fines de semana (que se irán alargando al sábado y al viernes) y en locales y espacios eminentemente juveniles. Una minoría, además de alcohol consume otras drogas ilegales. El alcohol, como venía siendo corriente en nuestra cultura, entre otras funciones, actuará como desinhibidor social, y por tanto facilitará las distintas actividades relacionales que los jóvenes desarrollan en dichos espacios. El consumo de alcohol los fines de semana por parte de los jóvenes acaba convirtiéndose en una práctica que no requiere ningún tipo de justificación puesto que pasa a ser algo aceptado por toda la sociedad, no solamente por los jóvenes, y llega a ser un marcador importante de la condición juvenil. Aquellos jóvenes no solo disponen de más tiempo libre que otras generaciones, también tienen una cierta independencia económica para sus gastos de ocio (Elzo et al., 2003:93)

En aquel momento el consumo de alcohol ya se encontraba vinculado al de otras drogas ilegales, pero sin la intensidad y las connotaciones actuales, hasta el punto que existían ambientes festivos donde solamente estaba presente el alcohol. Por contra, en los últimos años encontrar un ambiente juvenil en el que se consuma solamente alcohol parece imposible, puesto que el alcohol suele ser dominante incluso en los contextos de consumo de otras drogas ilegales.

En la tercera fase que abarcaría desde mitades o finales de los ochenta hasta los últimos noventa se produce un descenso importante de los consumos de alcohol. Entre otras razones, porque los adolescentes y jóvenes consumidores de alcohol, y parte de los consumidores (ya no jóvenes) que se iniciaron en las fases anteriores, mantienen el patrón de consumo casi exclusivamente en los fines de semana, y se muestran abstemios el resto del tiempo. En los círculos juveniles, a medida que avanzan los noventa, y en la cuarta fase (hasta nuestros días), la mayoría de consumidores de alcohol son consumidores festivos, razón por la cual el consumo de alcohol por cápita desciende considerablemente (al no ser diario) y el grupo que más problemas manifiesta respecto al alcohol y que registra más demandas de tratamiento son los adultos.

Desde los noventa, más allá de la "crisis de heroína" y quizás como contraposición a aquel modelo de consumo problemático de drogas, en los ámbitos festivos se produce una amplia mixtura entre

los consumidores de alcohol y los de otras sustancias como éxtasis, cocaína y speed, que también consumen alcohol. El alcohol obtiene una centralidad importante en las salidas festivas, tanto en la época de difusión del MDMA (finales de los ochenta y durante los noventa) y de la cocaína, como cuando se produce el reciente descenso de estas sustancias, el alcohol está presente en los contextos festivos juveniles sin grandes cambios. Incluso en los últimos años en que parece claro un descenso de las drogas ilegales más difundidas, el consumo de alcohol se mantiene y no sigue dicha tendencia.

Desde inicios del 2000, con la justificación de la aparición y desarrollo del botellón, emerge un discurso que relaciona el alcohol con problemas y jóvenes, y muy especialmente con los adolescentes, que devienen el flanco de las políticas preventivas y de las alarmas sociales, ocupando el lugar que antaño habían desempeñado heroína, éxtasis y cocaína.

### 3. FUNCIONES DEL ALCOHOL

Sabemos que más allá de las propiedades farmacológicas de las drogas, incluyendo entre ellas al alcohol, los efectos que perciben los consumidores vienen modulados por sus características personales y especialmente por el contexto en el cual se consumen. Lo que experimentan los consumidores está fundamentado en sus expectativas respecto las sustancias (aprendidas en sus contextos relacionales), que generan unas motivaciones para experimentar y luego continuar o no su consumo.

Simplificando el tema podríamos afirmar que el alcohol cumple una serie de funciones para los jóvenes y adolescentes, que pueden comprenderse cuando se analizan los motivos que les llevan a beber en determinadas situaciones y a valorar los efectos que perciben en un determinado sentido.

En bastantes textos<sup>1</sup> se desarrolla con más detalle la cuestión que ya hemos expuesto anteriormente respecto a que en los ochenta se produjo el cambio de patrón juvenil de ingesta alcohólica, de manera que el alcohol perdió las atribuciones simbólicas del modelo anterior de consumo para convertirse en un fin en sí mismo, como elemento configurador de la identidad juvenil, facilitador de la sociabilidad, en un mundo apartado de los adultos y relacionado con el ocio. Algunos afirman que incluso aparece la búsqueda de la intoxicación etílica como una finalidad en sí misma (Megías et al., 2007:83). Paralelamente desde aquel momento y hasta nuestros días se producen otro tipo de cambios en las prácticas juveniles que están relacionados con las nuevas funcionalidades del alcohol y por tanto con su consumo:

- Aumento de las celebraciones, tanto de las relacionadas con las fechas comunes del calendario (Fin de Año, San Juan, Ferias, Fiestas Mayores, etc.) como de las de la vida personal (cumpleaños, fiestas de graduación, fiestas de fin de curso y de otras fechas del calendario escolar; mayoría de edad, etc.). Todo parece ser motivo de celebración.
- Aumento del tiempo de ocio y fuerte oposición a las actividades desarrolladas los días laborables.
- Extensión, difusión y diversificación de la oferta de ocio nocturno para los jóvenes y los adolescentes.

---

<sup>1</sup> Por citar algunos: Elzo et al., 2003; Megías et al., 2007:83; Pallarés y Martínez, 2013.

- Mayor presión para relacionarse y hacer nuevas amistades, que en los últimos años, con el impacto de las redes sociales parece no tener límites.

Estos elementos propician el consumo de alcohol. Los adolescentes ven en el consumo varias funcionalidades, puesto que les facilita o intensifica las actividades que realizan en los tiempos y espacios de ocio: reunirse, relacionarse, escuchar música, ligar, divertirse, desinhibirse, bailar, incluso una minoría emborracharse.

En un reciente estudio un entrevistado lo resumía con la siguiente frase: "salir de la rutina. Que si bebes te ven, como dicen, pues más enrollado y eso, ¿no?". Salir de la rutina refiere a romper con los tiempos formales y de responsabilidad, aunque estos puedan ser escasos por las condiciones sociales y económicas que viven, pero los actuales jóvenes han asumido que las tareas de los días laborables son monótonas y sin mucho sentido, por eso en el tiempo informal de ocio se proyectan tal como deben ser los jóvenes: atrevidos y dispuestos a disfrutar. No pretenden tanto escaparse de la realidad cotidiana como vivir plenamente lo que se supone que es su tiempo y sus espacios propios.

Ser enrollado refiere a estar desinhibido a presentarse más abierto a los demás, tanto frente a los iguales del grupo, como frente a los coetáneos desconocidos o más alejados de su grupo de referencia. En su imaginario ser enrollado significa gustar a los demás, aumentar los niveles de sociabilidad, uno de los elementos más placenteros y valorados, y que quizás habría que relacionar con el impacto que el uso de las redes sociales está teniendo en su socialización, puesto que en ellas buscan amigos, seguidores y otros signos de aceptación, entre conocidos y entre los amigos de los conocidos.

Estos jóvenes y adolescentes, a pesar de la densidad de relaciones sociales que pueden mantener, en la vida real o en las redes, generacionalmente adolecen de confianza por lo que el alcohol al desinhibirlos contribuye a limar las dificultades de los encuentros reales, tanto para pasar el rato, como para el ámbito afectivo y sexual. La experimentación en el mundo de la sexualidad, a pesar de las facilidades del contacto en las redes y de lo que pueden expresarse a través de ellas, no está exenta de miedos y dificultades para entablar contactos (al menos al principio), por lo que creen que el alcohol facilita el acercamiento y el contacto.

Los adolescentes y jóvenes valoran como muy positivas estas actividades que acabamos de relacionar, son su vida más importante y al realizarlas reafirman su identidad social. La sociedad lo espera de ellos, porque algunos las consideran eminentemente juveniles y pasajeras. Los adultos repiten lapidariamente: "divertiros hoy que mañana la vida os pondrá en vuestro lugar", o "prefiero tener un hijo que salga, se divierta y beba, a tener un bicho raro"<sup>2</sup>. Los jóvenes y adolescentes creen que el alcohol es el lubricante perfecto para adquirir estados de ánimo positivos que permitan realizar estas actividades y para intensificarlas y potenciarlas.

La sentencia clave con la que ellos lo explican es "coger el punto". Que viene a significar, que el alcohol los anime lo suficiente sin perder el control de la situación. La borrachera, caso de producirse, echa al traste sus objetivos, por eso "coger el puntillo" significa desinhibirse y animarse,

---

<sup>2</sup> Frases repetidas en diferentes grupos de discusión con padres.

pero sin “babeear” o caer, como ellos expresan. Cuando se “coge el punto” todo se potencia. Se convierten en súper hombres o súper mujeres, con un ánimo que les permite alcanzar lo que pretenden: divertirse y exhibirse como jóvenes. Se sienten más abiertos a los demás. Dicen y hacen cosas que sobrios ni dirían ni harían.

Para los adolescentes beber alcohol lejos de la mirada de sus padres tiene un alto valor simbólico puesto que escenifica el abandono de la niñez y el acercamiento al mundo de los jóvenes. Ellos aprenden rápidamente que ser joven implica salir de fiesta, y que una de las actividades más importantes que se realizan en los espacios festivos es beber alcohol, por lo que anhelan que llegue ese momento de diferenciación con los que todavía no pueden hacerlo y de iniciación con los que ya tienen esa autonomía.

#### 4. EMBRIAGARSE: ENTRE LA EXPERIMENTACIÓN Y EL DESEO

Los lindes entre la borrachera y “coger el punto” no son siempre nitidos y para no superar el límite que lleva a la embriaguez se requiere todo un tiempo de experimentación. Por eso los adolescentes, que tienen menos experiencia y no parecen tan preparados, deben recorrer el camino jugando con los límites para así en un futuro aprender de sus errores y de los ajenos. La experimentación personal de sus capacidades para aguantar es fundamental, por eso lo más importante es irlo percibiendo por ellos mismos. Una entrevistada lo resume diciendo: “al principio no controlas, no sabes qué hacer. . . , y ya vas aprendiendo”.

A pesar de lo dicho, tienen un sinfín de argumentaciones para justificar las borracheras, cuando llegan a producirse, más allá de la supuesta impericia de los que se están iniciando: la mala calidad del alcohol, el beber rápido, la lentitud en aparecer los efectos esperados, o la situación personal de aquel momento.

Aunque a veces se emborrachan, sus discursos sobre el alcohol son mayoritariamente positivos, puesto que como acabamos de ver, los resultados de la ingesta de alcohol suelen responder a sus expectativas. Cuando se refieren a los efectos negativos de las borracheras suelen proyectarlos en otros jóvenes o en otros grupos de jóvenes, alejados de su entorno, nunca son ellos ni sus allegados más próximos los que sufren problemas. “Este desplazamiento les sirve para especificar que controlan el alcohol, que conocen los límites, y que sus consumos se mantienen en la normalidad esperada” (Pallarés y Martínez, 2013:103).

Todos los jóvenes y adolescentes se refieren a que conocen los efectos del alcohol y de las borracheras. Pero siguen consumiendo, y a veces emborrachándose porque “todo el mundo lo hace”. No obstante, no consideran todos los consumos de alcohol como aceptables y normales, y la embriaguez cuando se produce repetidamente se valora como un problema. La borrachera se acepta cuando es un comportamiento aislado, cuando no es la norma. Comparten el imaginario social según el cual, los problemas más importantes respecto el alcohol se producen en las personas que se emborrachan frecuentemente, por lo que rechazan esta práctica cuando es repetitiva.

## 5. SER ADOLESCENTE EN TIEMPOS INCIERTOS

Los jóvenes y adolescentes actuales son distintos a los de las épocas anteriores, no solo en relación al consumo de alcohol sino respecto otras características. Entre ellas vamos a referirnos a la que creemos que presenta una novedad que los sitúa en una posición social inédita: desde hace unos años y por primera vez desde que las generaciones vivas tienen noción, creen que vivirán una vida peor que la de sus padres y sienten una gran sensación de incertidumbre respecto a su futuro. Estas percepciones, además, son compartidas por el resto de la sociedad.

Dependiendo de la clase social, la mayoría de jóvenes se encuentran con el hecho de que la crisis económica merma su poder adquisitivo y los deja en una situación de precariedad, aunque la lógica consumista de las épocas de expansión económica sigue incidiendo en sus vidas y en sus anhelos, así como en las experiencias y emociones que pueden experimentar en el acto de consumir. No podemos olvidar que el consumo de determinados bienes, entre ellos el alcohol, es un signo de la identidad juvenil, y que denota y marca su estilo de vida, sirviendo por tanto como elemento de conexión con el resto de jóvenes y a la vez de diferenciación, puesto que el consumismo individualiza a los sujetos y se manifiesta en los distintos órdenes de la vida personal y social. En este contexto social fuertemente consumista, el consumo de alcohol y de otras drogas, representa para ellos un bien de consumo más, relacionado con el placer y el bienestar inmediato, y con la lógica de vivir el presente:

“Estos adolescentes han crecido bajo la lógica del consumo y la abundancia. Las celebraciones especiales, los regalos habituales, el vestir a la moda, el poder utilizar dispositivos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), entre muchos otros elementos de consumo, han sido parte de su cotidianidad y normalidad. Han consumido emociones desde el “txiquipark” hasta las juergas del fin de semana, pasando por las experiencias consumistas de las Navidades y las vacaciones” (Pallarés y Martínez, 2013).

No en vano Touraine (2009) explica que las “pautas de gratificación diferidas” funcionaban en el pasado, pero que las escasas perspectivas de futuro, el observar que el esfuerzo no siempre se recompensa, y el consumismo, llevan a la búsqueda del placer inmediato. El presente es para ellos una tabla de salvación ante la incertidumbre de un futuro que excepto para aquellos que tienen un diseño muy claro de esfuerzo y ascenso social, no puede deparar muchas esperanzas. Los adolescentes y jóvenes actuales están asumiendo el nuevo contexto de incertidumbre y precariedad como algo inevitable, contra el que nada pueden hacer más que adaptarse, puesto que los medios de comunicación social lo repiten día a día. Por su situación social vulnerable e individualizada, no atisban soluciones reales, lo cual incide sobremanera en su estado de ánimo. Muchos van interiorizando una especie de mantra: haga lo que haga, el futuro será negativo y no dependerá de mí, por tanto por qué preocuparme, mejor que viva el presente.

En un reciente grupo de discusión sobre la situación actual, a este respecto los adolescentes nos decían: “estudias una carrera para trabajar de lo que te gusta y acabas trabajando en lo que hay, no en lo que te gusta”. Por tanto, una parte de ellos piensa que vale más trabajar ya, de lo que sea, para poder consumir sin pedir dinero a los padres, puesto que los amigos y parientes

graduados o con másteres que conocen, acaban trabajando más tarde, pero en lo mismo que “ellos”, la hostelería.

El discurso fatalista dominante no debe ser grato para los adolescentes puesto que les depara malestares emocionales, ¿puede incidir en sus consumos de alcohol? La pregunta queda en el aire. Pero volviendo al discurso de los grupos de discusión algunos lo expresan de esta forma: “¡Tanto trabajar y tanto trabajar... si nos vamos a morir todos! Yo creo que tendríamos que estar todos los días de fiesta, con el morado”.

No estamos planteando que haya una relación dependiente entre la crisis y el consumo de alcohol, porque venimos diciendo que el consumo de alcohol como elemento diferencial de los jóvenes y referente de su identidad tiene una historia de varias décadas. Sabemos que en algunos jóvenes y adolescentes la crisis está incidiendo en la reducción de sus salidas festivas, por lo que también puede llegar a disminuir el consumo de alcohol, pero esta correlación tampoco siempre es así, puesto que algunos beben más en la calle, o en locales alquilados por jóvenes, o en los coches, etc., y este tipo de prácticas puede hacer aumentar el consumo de alcohol.

La crisis está aquí y produce emociones difíciles de gestionar, incertidumbre, miedos, necesidades no cubiertas y cada joven trata de hacerle frente con distintas estrategias. También hay jóvenes que siguen confiando en la gratificación diferida, pero la amplitud de sus voces es más pequeña, y no genera unanimidad.

## 6. LA NORMALIZACIÓN DE LOS CONSUMOS DE ALCOHOL

Megías et al., (2000) consideraban que del conjunto de representaciones observables en los anteriores 25 años, las representaciones sobre las drogas habían tenido un importante peso dentro del conjunto, y el “problema de la droga”, era un problema social construido entre finales del franquismo hasta finales de los ochenta, que compartió protagonismo con el paro y el terrorismo.

En los últimos años se habla cada vez más de la normalización social del consumo de drogas<sup>3</sup>. En gran parte porque en las dos últimas décadas han disminuido los problemas relativos al consumo de heroína y la mayoría de los consumidores problemáticos de esta sustancia se encuentran sujetos a algún programa de mantenimiento con sustitutos opiáceos, en parte también, porque en los noventa aparece el nuevo modelo de consumo relacionado con la fiesta y la diversión, incidiendo “en un acusado descenso de la percepción objetiva del problema de las drogas” (Usó, 2013:69).

La normalización se refiere también a que cada vez más se acepta que los daños relacionados con el conjunto de drogas son limitados y controlables, aunque a veces los padres se sienten preocupados por los riesgos, pero como ha señalado Comas (2008) dicha preocupación no se corresponde con los muy buenos indicadores reales de salud que los jóvenes gozan en los últimos años y los riesgos de los cuales se habla parecen <<exagerados>>. Como hemos señalado el consumo de alcohol se ha reducido en las últimas décadas y deberíamos añadir que ha disminuido en los jóvenes la mortalidad por accidentes de tráfico asociados al consumo de alcohol.

---

<sup>3</sup> A partir de los trabajos de Parker et al., 1998

Estos hechos contribuyen a que cada vez sean más los ciudadanos que creen que deberemos acostumbrarnos a convivir con las drogas, puesto que seguirán existiendo, y de continuar tan relacionadas a la sociabilidad, la fiesta y la diversión, no parece que vayan a desaparecer. De ahí que la normalización parezca una actitud pragmática, y que los jóvenes entiendan determinados consumos no exentos del todo de riesgos, aunque estos puestos frente a la balanza de los beneficios o de los placeres, merezcan ser experimentados e intentar controlarlos.

Cuando nos referíamos a las expectativas positivas de los jóvenes respecto al alcohol y los efectos que buscan en su ingesta, nos referíamos a un tema muchas veces denostado en la literatura sobre las drogas: los placeres que los consumidores aprecian en ellas. Debemos reconocer que los jóvenes siguen consumiendo alcohol porque ven en ello beneficios y placeres. Y porque sus padres, aunque no siempre lo admitan, también lo piensan.

La disponibilidad y el acceso al alcohol resultan casi totales para los adolescentes españoles. Según el Eurobarómetro (nº 330) para el 97% de los jóvenes españoles (15-24 años) les sería bastante fácil (12,8%) o muy fácil (84,2%). A pesar de la legislación que les impide comprarlo hasta su mayoría de edad, la realidad indica que en muchos lugares la compra es posible sin demasiadas limitaciones, o bien porque ellos buscan estrategias para conseguirlo mediante los mayores de edad: amigos jóvenes, pero también sus padres. Como nos refería una adolescente de dieciséis años en una reciente entrevista: "por mucho que lo regulen siempre encontrarás alguien que lo compre por tí".

El alcohol se ha difundido desde los setenta entre todos los jóvenes y en la actualidad lo consumen en los contextos de ocio los jóvenes y adolescentes de todos los estilos y grupos sociales. Para todos, como venimos indicando, es una pieza clave para conseguir determinados estados de ánimo y potenciar su sociabilidad.

Los adolescentes y jóvenes aunque ven elementos positivos en los consumos de alcohol (placeres) no desdeñan los posibles riesgos que se puedan derivar del consumo intensivo y repetitivo. La mayoría de ellos pretende limitarlos bebiendo solamente con los amigos en los espacios de ocio y sin llegar a las borracheras, aunque a veces por distintas razones estas puedan producirse. En sus discursos rechazan al bebedor sin control y repetitivo, al que se emborracha, al que bebe fuera de los contextos de fiesta, y estos bebedores que para ellos son problemáticos, suelen situarlos en grupos de amigos distintos al suyo, o entre aquellos menos integrados de su propio grupo.

En su imaginario aquellos que beben alcohol intensivamente y frecuentemente ya no lo hacen por placer para divertirse sino por vicio, y su consumo deja de ser "normal" pasando a ser preocupante y patológico. En la balanza de placeres y riesgos, la mayoría dicen asumir el mínimo riesgo posible, por eso intentan controlar los consumos y regularlos relegándolos a los momentos de ocio. Esta perspectiva que muchas veces es minimizada en los discursos adultos y profesionales debería ser el fundamento del cual partan las medidas preventivas y de reducción de riesgos, puesto que es impensable que el alcohol, al menos por el momento, desaparezca de sus formas de sociabilidad y de diversión.

Cuando proyectamos a los adolescentes y jóvenes hacia el futuro en relación a sus posibles consumos de alcohol, advierten que no piensan que los consumos de alcohol vayan a adquirir

centralidad en sus vidas, porque con el tiempo prefieren realizar otras actividades de ocio (Martínez Oró y Pallarés, 2010). A medida que se van incorporando al mundo adulto, parece que descienden sus consumos de alcohol, por sus cambios en las pautas de ocio, y entre otras cosas, porque entre sus prioridades vitales está hacer frente a otro tipo de gastos (hipoteca, alquiler, etc.,) y el alcohol queda en un lugar menos prominente.

## 7. DIFERENCIAS DE GÉNERO

A lo largo del texto hemos hilvanado un discurso global sobre la posición de los jóvenes y adolescentes respecto al alcohol sin hacer referencia a las diferencias de género, que existen y son notables. Lo hemos hecho deliberadamente para no especificar en cada momento sus posiciones diferenciadas y para evitar utilizar un lenguaje que repitiera constantemente los y las y hemos optado por redactarlo en el género neutro.

Respecto a las distintas drogas durante el período histórico al cual nos hemos referido han existido diferencias significativas entre los consumos de hombres y mujeres: en la frecuencia, en la intensidad, en las mezclas y en las expectativas y funcionalidades de los consumos. Las encuestas señalan que en los últimos años estas diferencias tienden a desvanecerse, especialmente entre los y las más jóvenes. Los estudios cualitativos también van en la misma dirección, en un estudio reciente de la FAD (Megías y Ballesteros, 2013) que investiga a consumidores activos de drogas para construir una tipología de los jóvenes consumidores de drogas en activo, afirman que el género solo tiene influencia respecto a los consumos de cánnabis, de manera que destacan los hombres para los consumos más habituales (cerca de la frecuencia diaria), mientras que las mujeres se mueven por patrones más cercanos al modelo de consumo de fin de semana.

En la población en general son los hombres los que beben más que las mujeres, pero si nos referimos a los datos de la encuesta ESTUDES del PNSD relativos a la población escolar entre 14 y 18 años desde 1998 se aprecia un porcentaje superior (no mayor al 2%) de mujeres que beben, respecto al tanto por ciento de hombres que lo hacen. También en las últimas series de esta encuesta son las mujeres las que se han emborrachado más que los hombres “alguna vez en la vida” y en los “últimos 12 meses”, aunque ellos lo han hecho más frecuentemente en los “últimos 30 días”.

Más allá de estos datos que apuntan al acercamiento reciente en los comportamientos de ellos y ellas, creemos, que en general los jóvenes y adolescentes masculinos beben más intensamente que las mujeres de sus mismas edades y tienen matices diferenciales en muchos de sus comportamientos, antes y después de la ingesta de alcohol. También creemos que aunque las pautas de consumo entre ellos y ellas tienden a igualarse o semejarse, las expectativas y las funcionalidades del alcohol responden más a un enfoque masculino, dominante desde hace décadas, y que a pesar de los cambios y transformaciones que se han producido entre los más jóvenes, si ahondamos bajo la primera piel del fenómeno aparecen manifestaciones de las diferencias de género.

En nuestros trabajos cualitativos (Pallarés et al., 2006, 2009; Pallarés y Martínez, 2010, 2013; Martínez y Pallarés, 2009) venimos observando que existe una visión social distinta respecto a los hombres y a las mujeres que beben intensamente (también respecto las otras drogas). Existe una

cierta aceptación social de este comportamiento cuando lo desarrollan los hombres, pero es más difícil que aparezca la aceptación social cuando son ellas quienes lo hacen, es más, ellas cuando beben intensamente son estigmatizadas, puesto que se ve como más negativo estar borracha que estar borracho. Una entrevistada lo resuelve diciendo: “quizás, yo veo a una chica que va borracha, depende de cómo vaya, y la miraré peor que a un chico, porque si veo a una chica... , pero a un chico quizás no”. Otra entrevistada dice: “todo el mundo te tiene como la borracha esa”.

En un trabajo sobre la iniciación sexual de los jóvenes y adolescentes (Megías et al., 2005) veíamos que los jóvenes que triunfan en el sexo ocasional, cuando son hombres quienes lo consiguen, son vistos (por las y los mismos jóvenes) como “exitosos” y cuando son las chicas como “zorrone” o “facilonas”<sup>4</sup>. Este doble rasero está relacionado con la visión masculina de los espacios de ocio, lugares en los que se dan más ocasiones de sexo ocasional, puesto que ellos creen que las chicas cuando han bebido son “más fáciles”<sup>5</sup> y les cuesta más “parar los pies a los hombres”, de ahí su insistencia en invitar o favorecer que las chicas beban<sup>6</sup>. Lo resume muy bien una entrevistada de quince años: “los chicos siempre quieren que las chicas beban para aprovechar”.

La diferencia en el sexo ocasional entre chicos exitosos y chicas facilonas se traslada al contexto de la bebida, de manera que los calificativos anteriores son también utilizados para ellos y ellas cuando manifiestan un comportamiento ocasionado por la bebida intensiva de alcohol: ellos son vistos positivamente porque van a lo suyo (“a pillar”) y ellas de forma negativa con el calificativo de “putas” o “guarrillas”.

Este doble rasero lleva a que en general las mujeres sean más prudentes en cuanto a manifestar comportamientos que puedan relacionarse con la ingesta de alcohol (y de otras drogas) puesto que saben que en el imaginario de los hombres funciona la visión de que ellas cuando beben son “chicas fáciles”, y por tanto serán más abordadas y presionadas por ellos que cuando no han bebido (o no lo manifiestan externamente). De ahí que en contextos abiertos en los que haya presencia de desconocidos esta estrategia de no beber, beber menos o no manifestar externamente que se ha consumido alcohol sea una estrategia femenina, y por el contrario la de los hombres sea presionar o invitar a alcohol. En contextos de fiestas privadas, o donde todos se conocen, la presión hacia ellas y su control, no necesariamente son tan altos.

Otra diferencia de género a tener en cuenta es que en los contextos de ocio cuando algún chico se emborracha suelen ser ellas las cuidadoras. Como nos dice una entrevistada de quince años: “siempre acabo yo cuidando a los amigos que están borrachos”. Lo cual refuerza su papel asistencial cuando se producen estas situaciones y su preocupación para evitar y disminuir problemas.

Las mujeres siguen recibiendo más controles por parte de sus padres cuando salen por la noche en contextos de fiesta y con presencia de alcohol o de otras drogas. Sus padres son concededores del tipo de cosmovisiones que diferencian a las chicas y chicos consumidores, por tanto intentan controlar más las salidas de ellas. Además, sobre ellas recae siempre la responsabilidad de posibles embarazos si se llevan a cabo comportamientos sexuales sin protección, algo que los padres creen

---

<sup>4</sup> Términos utilizados por los jóvenes de los grupos de discusión y en las entrevistas.

<sup>5</sup> O cuando están “colocadas” por otras sustancias.

<sup>6</sup> Algunos locales hacen promociones especiales a las chicas para atraer más hombres.

que puede producirse con más frecuencia si se ha bebido alcohol o consumido otro tipo de drogas.

Sea por los controles paternos o por su propia experiencia, las mujeres creen que la embriaguez las ubica en una situación de mayor vulnerabilidad que a los hombres, de ahí que en los contextos de ocio prefieran no estar solas y volver acompañadas a casa, y quizás explicaría que en algunos contextos de fiesta a partir de determinadas horas haya muchos más hombres que mujeres.

Estas diferencias nos llevan a reafirmar lo que en los anteriores trabajos ya citados hemos expuesto respecto las diferencias de género en el consumo de alcohol y otras drogas: en general las mujeres son más prudentes en cuanto a los consumos y por ello sus consumos suelen ser más moderados que los de los hombres; tienden a controlar más sus consumos o a no exteriorizarlos; tienen más en cuenta los riesgos que pueden derivarse de la bebida intensiva y suelen hacer menos mezclas. Además, ellas son más receptivas a las actuaciones de reducción de riesgos y suelen movilizarse en busca de información, antes que los hombres, cuando en sus círculos próximos presienten que puedan aparecer daños derivados del consumo.

## 8. A MODO DE CONCLUSIÓN

El consumo de alcohol está instalado en las prácticas festivas de nuestros jóvenes y adolescentes como experiencias que tienen un alto valor y significado para ellos y ellas. Su consumo festivo no requiere ningún tipo de explicación ni de justificación puesto que todo el mundo bebe para divertirse. Sirve para lubricar sus formas de sociabilidad y para intensificar los efectos y sensaciones de las actividades que en dichos contextos practican y recrean. Para todos los jóvenes y adolescentes es una actividad normal, que debe practicarse para escenificar su posición de jóvenes. El alcohol para ellos es una sustancia próxima, normalizada y con escasos problemas siempre y cuando se sepa controlar y consumir solo en las ocasiones festivas. Creen que saben manejar bien los riesgos y los límites respecto a sus consumos, puesto que están informados y conocen los lindes a partir de los cuales pueden aparecer problemas.

Los adultos, sus padres, iniciaron este estilo de vida y los comportamientos que en ocasiones critican o dicen no entender. No obstante, en el fondo, deducen que es lo que los jóvenes y adolescentes, sus hijos, deben hacer, puesto que es lo que se espera de ellos, luego, cuando "maduren", tendrán otras preocupaciones. Piensan que su relación con el alcohol cuando sean adultos y los significados que ahora atribuyen al consumo de alcohol tomarán otros derroteros.

El alcohol empieza a sustituir el papel que otras drogas (heroína, éxtasis, cocaína) jugaron en otros momentos en el imaginario social para estigmatizar y así controlar el comportamiento de los jóvenes. El botellón ha sido tomado como la excusa para problematizar los consumos juveniles de alcohol.

Los patrones de consumo de alcohol se diferencian de los de sus padres porque se concentran más en los períodos y espacios de fiesta y en momentos son más intensivos. Los jóvenes incluso pueden llegar a emborracharse en determinadas ocasiones, no viendo en ello algo problemático, siempre que no se repita asiduamente. También aceptan el consumo en las calles (botellón) porque es un espacio que hacen suyo y porque beben más barato y con menos controles.

---

## Bibliografía

- Comas, D. (2008) "La salud de la juventud". En: *Informe 2008 Juventud en España*. Madrid: INJUVE.
- 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, Agencia Antidroga.
- Eurobarómetro (nº330). *Youth attitudes on drugs*. [Internet] Comisión Europea. Disponible en: <[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_330\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_330_en.pdf)> [Acceso el 12 de septiembre de 2012]
- Martínez, D. (2013). *Sense passar-se de la ratlla. La normalització dels consums recreatius de drogues*. Barcelona: Universitat Autònoma. (Tesis doctoral)
- Marquinez, F. et al., (1983) "Epidemiología del consumo de drogas en el País Vasco". En: *Primeras Jornadas de Sociología de la Salud*. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- Martínez Oró, D.P, y Pallarés, J. (2013) "Riesgos, daños y placeres." En Martínez Oró, D.P y Pallarés, J. *De riesgos y placeres. Manual para entender las drogas*. Lleida: Milenio: 23-36.
- Martínez Oró, D.P., Pallarés, J. (2009). *Entre rayas. La mirada adolescente hacia la cocaína*. Lleida: Milenio.
- Martínez Oró, D.P., Pallarés, J. (2010). *Del consumo recreativo al consumo problemático. El papel de las instituciones en la normalización social del consumo de drogas*. Barcelona: Fundación IGenus
- Megías, E. (2010) "La sociedad española frente al alcohol". En: Elzo, J. *Hablemos de alcohol. Por un nuevo paradigma en el beber adolescente*. Madrid: Entinema, 71-92.
- Megías, E. et al., (2007). *Adolescentes ante el alcohol. La mirada de los padres*. Barcelona: Fundació La Caixa.
- Megías, E., et al., (2000) *La percepción social de los problemas de drogas en España*. Madrid: FAD.
- Megías, I. et al., (2005). *Jóvenes y sexo. El estereotipo que obliga y el rito que identifica*. Madrid: FAD-INJUVE.
- Megías, I., y Ballesteros, J.C. (2013) *Mismas drogas, distintos riesgos. Un ensayo de tipología de jóvenes consumidores*. Madrid: FAD.
- Pallarés J, Díaz A, Barruti M, Espluga J, Canales G. (2006) *Observatori de nous consums de drogues en l'àmbit juvenil. Metodologia i Informe evolutiu 1999 - 2005*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Salut.
- Pallarés J. et al. (2009) *Informe 2008. Sistema de informació Continua sobre el consum de drogues entre los jóvenes en Castilla- La Mancha*. Toledo: FISCAM Observatorio de drogodependencias de Castilla- La Mancha.
- Pallarés, J. Martínez Oró, D.P. (2010). *La mirada femenina hacia la cocaína*. Lleida: Milenio.
- Pallarés, J. y Martínez Oró, D.P. (2012). *El papel de los padres consumidores en la prevención del consumo de drogas*. Barcelona: Fundación IGenus.
- Pallarés, J. y Martínez Oró, D.P. (2013) *¿Beber para crecer? El consumo de alcohol en los menores de edad (13-17 años)*. Lleida: Milenio.

**Parker, H. Aldridge, J., Measham, F. (1998).** *Illegal leisure: The normalization of adolescent recreational drug use*. London: Routledge.

**Touraine, A. (2009).** "Extranjeros en su propia sociedad". En Tezanos, F. (Ed) (2009). *Juventud y exclusión social*. Sevilla: Editorial Sistema.

**Usó, J.C. (2013)** "Políticas de drogas en España. De la paz farmacológica a la reducción de riesgos". En Martínez Oró, D.P y Pallarés, J. *De riesgos y placeres. Manual para entender las drogas*. Lleida: Milenio: 55-69