

EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTABLECIMIENTOS UBICADOS DENTRO DE ESTABLECIMIENTOS UNIVERSITARIOS. ESTUDIO COMPARADO EN MADRID Y GALICIA (Año 2001)

I. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA (Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, realizado durante el último cuatrimestre del año 2000 y el primero de 2001, analiza el consumo de alcohol en establecimientos universitarios, así como en otros momentos o lugares vinculados a éste ámbito, sin olvidar el consumo realizado por los jóvenes universitarios fuera de dicho espacio, intentando encontrar las similitudes y las diferencias entre ambos consumos.

Si bien es cierto que el inicio en el consumo de alcohol se sitúa en la etapa previa de la adolescencia, este trabajo circunscrito al ámbito universitario, ofrece la posibilidad de complementar dicha visión general con el análisis de una población que permite indagar no sólo la cuestión del inicio al consumo, sino las causas del mantenimiento de éste, viendo asimismo, las particularidades del consumo dentro de la institución universitaria.

La realización del estudio en las ciudades de Madrid, A Coruña y Santiago de Compostela permite integrar en el estudio las diferentes realidades existentes entre los universitarios. Mientras los estudiantes de la Universidad de Santiago tienden a estar distanciados de su entorno familiar y a moverse en ambientes sociales y de ocio muy cercanos a sus compañeros de universidad, en A Coruña una gran parte de los estudiantes proceden de esta misma urbe o de su área metropolitana, por lo que la ruptura con el entorno definido durante su adolescencia es mucho menor. Por otra parte, la Complutense y la Politécnica de Madrid permiten integrar estos dos tipos de realidades, calibrando en conjunto la especificidad universitaria.

2. EQUIPO INVESTIGADOR

2.1. Dirección y Coordinación del estudio:

- Lorenzo Navarrete Moreno (Secretario del Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología).

- Eduardo Rego Rodríguez (Decano del Ilustre Colegio de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología de Galicia).

2.2. Investigadores:

- Alberto Ces Juanatey (sociólogo).
- Ana Isabel García Cid (politóloga).
- M^a Aránzazu Veraza López (socióloga).

2.3. Colaboradores:

- María Fabeiro Barreiro (socióloga).
- Ana Isabel Fernández Cela (socióloga).
- Joaquín Mosquera Rivas (sociólogo).

3. ÁMBITO DE ESTUDIO

El ámbito general de este estudio son las Universidades de A Coruña y Santiago de Compostela, en la Comunidad Autónoma de Galicia, y las Universidades Complutense y Politécnica, en la Comunidad Autónoma de Madrid.

Dado lo extenso del universo planteado se decidió tomar una muestra de centros que nos permitiese la comparación, procurando que a la par se mantuviese una cierta homogeneidad general en las cuatro universidades, y resultase representativa de las distintas ramas y disciplinas en las que se agrupaban los estudiantes en ellas matriculados. Dicha muestra se estructuró de la siguiente forma:

- En la Universidad de A Coruña, Campus de A Coruña: Facultades de Sociología, Derecho, Arquitectura e Ingeniería de Caminos.
- En la Universidad de Santiago de Compostela, Campus de Santiago: Facultades de Ciencias Políticas, Psicología y Medicina.
- En la Universidad Complutense de Madrid: Facultades de Ciencias Políticas y Sociología, Psicología, Derecho y Medicina.
- En la Universidad Politécnica de Madrid: Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, y Escuela Universitaria de Arquitectura Técnica.

4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

4.1. Objetivo general:

Describir y analizar el consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes universitarios dentro del espacio y el tiempo académico.

4.2. Objetivos específicos:

- Describir y analizar las pautas de consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes universitarios.
- Describir y analizar las cantidades de consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes universitarios.
- Describir y analizar las pautas de consumo de bebidas alcohólicas por parte de los jóvenes universitarios.
- Describir y analizar el perfil de los consumidores de bebidas alcohólicas en la Universidad.
- Analizar las verbalizaciones de los jóvenes universitarios sobre el significado del consumo de bebidas alcohólicas

5. METODOLOGÍA

La metodología a emplear en el estudio se basa en un abordaje bifocal en cuanto al método, con técnicas cuantitativas y cualitativas, estableciéndose, como ya hemos visto, dos parámetros socio-espaciales de recogida de información: las comunidades autónomas de Madrid y Galicia.

5.1. Observación

En primer lugar se llevó a cabo una observación por parte de los investigadores de lo que ocurría en las distintas Facultades objeto de estudio, a la vez que se interrogó a los camareros de los establecimientos universitarios sobre su visión acerca del consumo de bebidas alcohólicas en dichos establecimientos.

5.2. Realización de grupos de discusión

Buscando ya una mayor profundidad, se realizaron 7 grupos de discusión, 3 en Galicia y 4 en Madrid. De estos grupos, 5 estuvieron formados por estudiantes (3 en Madrid y 2 en Galicia) y 2 por profesorado (1 en Madrid y otro en Galicia).

De los tres grupos realizados en Madrid con estudiantes, uno de ellos con estudiantes de primer ciclo, otro con estudiantes de segundo ciclo y otro con estudiantes de ambos ciclos.

En el caso de Galicia, ambos grupos fueron integrados por estudiantes de primer y segundo ciclo, realizándose uno en A Coruña y otro en Santiago de Compostela. Todos los grupos fueron mixtos, con un mínimo de 6 participantes y un máximo de 8. No se llevó a cabo diferenciación por sexos, ya que en opinión del equipo investiga-

dor, el consumo de alcohol no es un tema “delicado” o tabú en las edades de los universitarios, y el hecho de juntar a chicos y chicas no influye, en este caso, en el discurso del grupo, sino que contribuye a enriquecerlo.

El criterio de participación en todos los grupos fue el de voluntariedad.

5.3. Encuesta

En la última fase del estudio, la fase cuantitativa, se realizó una encuesta en las Facultades indicadas anteriormente sobre una muestra de 811 universitarios (300 en la Comunidad Autónoma de Galicia y 511 en la de Madrid).

No se considera error muestral por ser un muestreo probabilístico. La selección de las unidades de observación se llevó a cabo por la técnica de muestreo accidental en las entradas de las cafeterías de las Facultades/Escuelas objeto de estudio, considerando un criterio múltiple de cuotas en función del curso (debiendo ser las edades de los encuestados representativas del curso correspondiente), el sexo y el turno de estudios.

La recogida de datos se realizó mediante un cuestionario estructurado, autoadministrado bajo supervisión técnica a cada una de las unidades de observación.

La información obtenida de los análisis cuantitativo y cualitativo aparece de modo complementario a lo largo del documento.

II. CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DE LA MUESTRA (Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

1. DISTRIBUCIÓN SEGÚN SEXO Y EDAD

Como ya se ha señalado en la introducción metodológica, se han realizado un total de 811 cuestionarios entre Madrid (63,01%) y Galicia (36,99%), distribuyéndose la muestra en función del sexo y la edad según los datos de la siguiente tabla.

Tabla 1. Sexo y edad de los encuestados

Edad	Hombres		Mujeres		Total	
	Recuento	%	Recuento	%	Total	%
De 17 a 19 años	153	58,2	110	41,8	253	32,4
De 20 a 25 años	311	61,3	196	38,7	507	62,5
De más de 25 años	26	63,4	15	36,6	41	5,1
Total	490	60,4	321	39,6	811	100,0

2. GRADO DE EMANCIPACIÓN

La mayoría de los encuestados convive habitualmente con sus padres (64,49%), mientras que más de un 20% de jóvenes universitarios no vive en su ambiente familiar. Así, un 16,4% de los encuestados comparten piso con otros estudiantes y un 8,01% vive en un colegio mayor o residencia.

Tabla 2. Con quién vive durante el curso

Personas con las que convive	Recuento	%
Solo/a	27	3,33
Con mis padres	523	64,49
Con otros familiares	41	5,06
En un colegio mayor/residencia de estudiantes	65	8,01
Comparto piso con otros estudiantes	133	16,40
Comparto piso con personas ajenas a la Universidad	17	2,10
Con otros familiares y comparto piso con otros estudiantes	1	0,12
Comparto piso con estudiantes y con personas ajenas a la Uni	1	0,12
Ns/nc	3	0,37
Total	811	100,00

Por lo que respecta al grado de emancipación que alcanzan los universitarios entrevistados, el 62,02% de los encuestados tiene como ocupación principal estudiar su carrera, un 22,56% realiza también trabajos esporádicos y un 6,17% trabaja los fines de semana. Un 9,25% tiene una doble ocupación: estudian y trabajan.

Gráfico 1. Ocupación

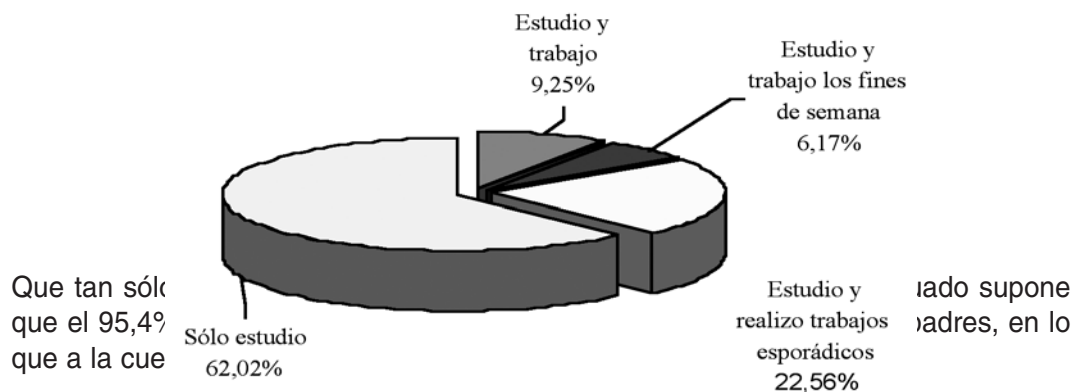


Tabla 3. Grado de dependencia económica

Nivel de dependencia	Recuento	%
Estoy emancipado	35	4,32
Dependo parcial o totalmente de mis padres	774	95,44
Ns/nc	2	0,25
Total	811	100,00

3. NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS PADRES E INGRESOS FAMILIARES

Como parte de la descripción de la muestra estudiada, cabe destacar el nivel de estudios de los padres y los ingresos medios mensuales de la unidad familiar, elementos ambos que configuran en gran medida el nivel socio-económico de los jóvenes.

Tabla 4. Nivel de estudios alcanzados por los padres

Momentos de consumo en el instituto	Hombres				Mujeres			
	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total
Durante el recreo	13,44	9,62	10,34	11,15	5,36	2,93	6,25	3,99
A la salida del instituto	24,19	22,74	20,69	23,58	13,39	14,63	6,25	14,11
Dentro del instituto	8,60	4,96	3,45	6,22	0,89	2,93	0,00	2,15
No consumía en ninguno de los lugares anteriores	49,46	62,10	62,07	59,05	77,68	77,56	87,50	79,75
Ns/nc	4,30	0,58	3,45	2,01	2,68	1,95	0,00	2,15

Como muestra la tabla 4, el nivel de estudios de los padres es superior al de las madres. En el primer caso, el 36,37% posee estudios universitarios de grado superior, mientras que las madres que tienen este nivel se reduce al 19,98%, porcentaje inferior al de aquellas con estudios primarios.

Por lo que respecta al nivel económico de las familias de los universitarios encuestados, hay que apuntar que el porcentaje más alto, 30,83% lo registran los jóvenes cuyas unidades familiares tienen ingresos superiores a las 450.000 pesetas, seguido

de un 25,4% con ingresos entre 150.001 y 300.000 pesetas y de un 23,92% con ingresos entre 300.001 y 450.000 pts. mensuales.

Tabla 5. Ingresos medios mensuales de la unidad familiar

Ingresos Medios	Recuento	%
Menos de 150.000 pts	39	4,81
Entre 150.001 y 300.000 pts	206	25,40
Entre 300.001 y 450.000 pts	194	23,92
Más de 450.000 pts	250	30,83
Ns/nc	122	15,04
Total	811	100,00

4. OCIO Y TIEMPO LIBRE

También es importante comentar, especialmente al considerar el objeto del presente estudio, el modo en que los jóvenes ocupan su tiempo libre y la satisfacción con sus estudios universitarios.

Empezando con las actividades que desarrollan en su tiempo libre, podemos diferenciar tres grupos en función de su frecuencia:

- Actividades que realizan casi a diario: Ver la televisión (80,27%) y leer libros/ periódicos (66,95%) son las actividades que mayores porcentajes de jóvenes realizan todos o casi todos los días. Les siguen, con porcentajes muy inferiores en esta frecuencia, hacer deporte (22,93%) y jugar con el ordenador (14,3%).
- Actividades que se realizan al menos semanalmente: En este grupo destacan sin duda la asistencia a bares/pubs (79,90%) y a fiestas y/o discotecas (54,62%). La frecuencia semanal de estas actividades se debe, en la mayoría de los casos, a su coincidencia con las “salidas de marcha” que marcan el ocio de fin de semana juvenil.
- Actividades realizadas al menos una vez al mes. De modo más esporádico, los jóvenes acuden al cine/teatro, viajan, van al campo/monte, o asisten a conciertos/fútbol.

La siguiente tabla muestra en detalle las actividades realizadas durante el tiempo libre en función de la frecuencia de su realización.

Tabla 6. Frecuencia de realización de actividades en el tiempo libre

Actividades	Todos o casi todos los días	Al menos semanalmente	Al menos una vez al mes	Nunca	Ns/nc
Ir de bares/pubs	6,54	79,90	12,21	0,62	0,74
Ver la televisión	80,27	14,06	2,71	2,47	0,49
Leer libros/periódicos	66,95	19,98	8,75	3,33	0,99
Ir al cine/teatro	0,86	27,62	65,60	4,32	1,60
Ir a fiestas/discotecas	2,10	54,62	33,79	7,03	2,47
Hacer deporte	22,93	29,84	24,54	21,33	1,36
Viajar	1,11	6,78	61,41	25,15	5,55
Ir al monte/campo	2,84	12,45	51,29	30,58	2,84
Asistir a conciertos/fútbol	1,23	12,82	48,71	32,31	4,93
Jugar con el ordenador	14,30	25,52	19,98	37,61	2,59
Practicar deportes de riesgo	1,60	3,08	12,95	79,65	2,71

5. SATISFACCIÓN CON LOS ESTUDIOS

Por último, para finalizar este apartado, vamos a analizar la satisfacción de los jóvenes con la elección de sus estudios universitarios. Como muestra la tabla siguiente, cerca del 90% de los encuestados están satisfechos con la carrera que están estudiando: al 70,41% de los encuestados estudia la carrera que quería estudiar debe añadirse el 18% a los que les gustan sus estudios si bien en un principio no eran los que deseaban realizar. Por ello podemos decir que existe un alto grado de satisfacción respecto a la carrera estudiada entre los jóvenes universitarios encuestados.

Tabla 7. Satisfacción con la carrera estudiada

Satisfacción con la carrera estudiada	Recuento	%
Si, estudio la carrera que quería estudiar	571	70,41
Si, no quería estudiar esta carrera pero ahora me gusta	146	18,00
No, estudio una carrera que no me gusta	23	2,84
No, estudio lo que quería pero no me gusta	35	4,32
No, no me gusta la carrera pero alguna hay que estudiar	30	3,70
Ns/nc	6	0,74
Total	811	100,00

III. EL CONSUMO DE ALCOHOL

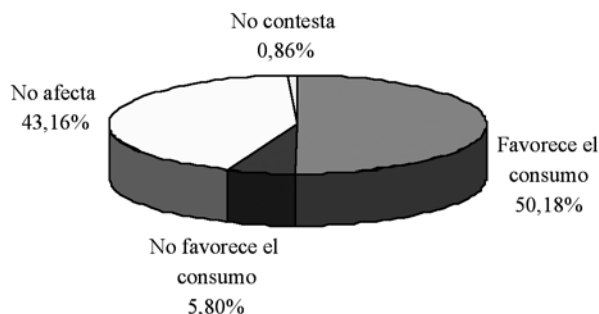
(Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

Este apartado se dividirá en dos epígrafes: un primero dedicado a las características fundamentales del inicio del consumo en los jóvenes encuestados, y un segundo en el que trataremos cuáles son las características que definen el consumo que en el momento de la realización del estudio se producía entre los universitarios, diferenciando aquí entre el consumo producido en el ámbito de la facultad y el producido fuera de dicho ámbito.

1. IMAGEN DEL CONSUMO DE ALCOHOL EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

Antes de analizar las características del consumo, vamos a ver qué opinan los jóvenes encuestados sobre el consumo de alcohol en el ámbito universitario, tema central de este estudio: si bien es alto el porcentaje de jóvenes que opinan que el consumo de alcohol no se ve afectado por elementos relacionados con la Universidad, debemos destacar que el 50,18% de los universitarios encuestados opinan que el ambiente universitario favorece el consumo de alcohol, frente a un 5,8% que opina que no lo favorece, como muestra el gráfico 2.

Gráfico 2. Influencia del ambiente universitario en el consumo de alcohol



Todos los asistentes a los grupos de discusión coinciden en afirmar que sí existe consumo de bebidas alcohólicas dentro de la Universidad.

Estén o no de acuerdo en si el ambiente universitario influye o no en el consumo, sí que existe casi unanimidad (94,6%) a la hora de considerar imprescindible su opinión como universitarios para estudiar el consumo de alcohol en la Universidad.

2. INICIO AL CONSUMO

El 98,52% de los encuestados afirman haber probado alguna vez bebidas alcohólicas, no existiendo prácticamente diferencia entre Madrid y Galicia, ya que sólo un 1,17% de los madrileños encuestados dicen no haber bebido nunca frente a un 2% de gallegos.

Tabla 8. Prueba de alcohol según Comunidad Autónoma

Variables		Comunidad Autónoma		Total
		Madrid	Galicia	
SI	Recuento	505	294	799
	% Localidad	98,83	98,00	98,52
	% del total	62,27	36,25	98,52
NO	Recuento	6	6	12
	% Localidad	1,17	2,00	1,48
	% del total	0,74	0,74	1,48
TOTAL	Recuento	511	300	811
	% Localidad	100,00	100,00	100,00
	% del total	63,01	36,99	100,00

2.1. Edad de inicio

La edad media de inicio de consumo de alcohol es de 14,6 años, aunque cabe destacar las diferencias existentes tanto por localidad como por sexo, tal como se refleja en la tabla 9.

Tabla 9. Edad media de inicio según sexo y Comunidad Autónoma

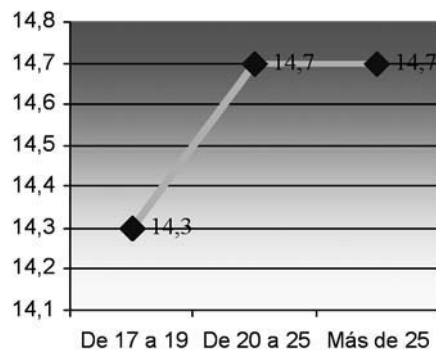
Sexo		Madrid	Galicia	Total
Hombres	%	14,13	14,90	14,36
	Recuento	293	176	469
Mujeres	%	14,53	15,10	14,71
	Recuento	198	114	312
Total	%	14,29	15,00	14,60
	Recuento	491	290	781

La edad media de inicio de consumo de alcohol en Madrid se encuentra 0,71 puntos por debajo de la de Galicia. Mientras los madrileños se inician en este consumo en una edad media de 14,29 años, los gallegos lo hacen, por término medio, a los 15 años.

Si atendemos al sexo de aquéllos que han consumido alcohol alguna vez, observamos que los hombres comienzan a consumir antes que las mujeres. Los hombres consumieron alcohol por primera vez a una edad media de 14,36 años mientras que las mujeres lo hicieron a los 14,71.

Por lo que respecta a la edad media de inicio de consumo de alcohol según la edad actual de los consumidores se observa que con el tiempo la edad media de inicio se ha ido reduciendo, es decir, aquéllos que ahora tienen más de 25 años comenzaron a consumir alcohol a una edad superior (14,7) a la de aquéllos que ahora tienen entre 17 y 19 años (14,3).

Gráfico 3. Edad media de inicio según edad actual



En este sentido, teniendo en cuenta estudios anteriores realizados por esta Institución sobre el consumo de drogas entre escolares¹, se observa que la edad de inicio sigue reduciéndose cada vez más. El estudio mencionado afirma que “la edad media en el inicio del consumo de alcohol se sitúa en los 13’7 años. Los que cursan actualmente ESO dicen haber comenzado a los 13’2 años, mientras que los de Bachiller recuerdan haber probado el alcohol a los 14 años de media”. Es decir, la edad de inicio se reduce casi un año entre los universitarios y los estudiantes que actualmente cursan sus estudios en colegios o institutos.

2.2. Lugar de inicio

La edad media de inicio de los universitarios coincide con la etapa en la que los encuestados se encontraban estudiando en el instituto y puede, por lo tanto pensarse, que al menos parte de este consumo se producía en momentos estrechamente relacionados con el mismo, como los recreos, la salida del instituto o dentro del mismo. Sin embargo, los datos indican que la mayoría de los jóvenes encuestados no tomaban alcohol en espacios vinculados con los institutos (65,43%). Aunque la edad media de inicio de consumo coincida con esta etapa estudiantil, el 59,05% de los hombres encuestados y el 79,75% de las mujeres niegan haber consumido en ninguna de las ocasiones anteriores.

El consumo asociado al instituto es mayor entre los hombres y los más jóvenes, tal como vemos en la tabla 10.

¹ Véase en esta publicación “Condiciones de imitación y construcción de hábitos de consumo de drogas de diseño en el contexto escolar para jóvenes entre 14 y 18 años. Estudio comparado entre Madrid y Galicia”. Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en CC. Políticas y Sociología, 2000.

Tabla 10. Consumo de alcohol en institutos / colegios según sexo y edad

Momentos de consumo en el instituto	Hombres				Mujeres			
	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total
Durante el recreo	13,44	9,62	10,34	11,15	5,36	2,93	6,25	3,99
A la salida del instituto	24,19	22,74	20,69	23,58	13,39	14,63	6,25	14,11
Dentro del instituto	8,60	4,96	3,45	6,22	0,89	2,93	0,00	2,15
No consumía en ninguno de los lugares anteriores	49,46	62,10	62,07	59,05	77,68	77,56	87,50	79,75
Ns/nc	4,30	0,58	3,45	2,01	2,68	1,95	0,00	2,15

Universo total: 811 encuestados. Datos según las respuestas múltiples de 811 encuestados

Respuestas: 891. Ns/nc: 0

Si en el momento del inicio del consumo éste no se produjo mayoritariamente en el instituto, ¿en qué lugar se iniciaron los universitarios encuestados en el consumo del alcohol? La tabla 11 muestra cómo son los bares/pub y la calle los principales lugares de inicio al consumo de alcohol (31,49% y 26,68% respectivamente).

Como muestra la tabla siguiente, existen algunas diferencias según el sexo y la edad actual de los consumidores.

Tanto los hombres como las mujeres de 20 y más años consumieron por primera vez en un bar/pub, aunque son mayores los porcentajes de mujeres que bebían en estos establecimientos que los de hombres (37,31% frente a 31,27% en el caso de los de 20 a 25 años; y 37,5% frente a 28% en los mayores de 25 años).

Por el contrario, aquellos consumidores de actualmente tienen entre 17 y 19 años, consumieron por primera vez en la mayoría de los casos en la calle, siendo, en este caso, superior el porcentaje de hombres que el de mujeres (42,31% frente a 35,14%). Estos resultados sobre el lugar donde consumieron por primera vez parecen bastante lógicos, si tenemos en cuenta que los más jóvenes han desarrollado la denominada comúnmente “cultura del botellón” basada en la compra de bebidas en diversos establecimientos para luego consumirlas en la calle, en un parque, etc; práctica muy poco frecuente en aquellos cuya edad actual es de 20 o más años.

Tabla 11. Lugar de primer consumo de alcohol según sexo y edad de los consumidores

Lugares	Hombres				Mujeres			
	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total
En comida/reunión familiar	12,18	21,98	24,00	19,05	13,51	15,42	25,00	15,24
En alguna casa con amigos	11,54	12,38	8,00	11,90	8,11	9,95	6,25	9,15
En la calle	42,31	22,29	28,00	28,77	35,14	17,91	12,50	23,48
En un bar/pub	23,08	31,27	28,00	28,57	33,33	37,31	37,50	35,98
En una discoteca	8,33	7,43	8,00	7,74	9,01	14,93	18,75	13,11
En la Universidad	0,00	0,62	0,00	0,40	0,00	1,00	0,00	0,61
En el colegio/instituto	0,64	2,17	0,00	1,59	0,00	2,99	0,00	1,83
Ns/nc	1,92	1,86	4,00	1,98	0,90	0,50	0,00	0,61

Universo Total: 799 encuestados. Datos según las respuestas múltiples de 797 encuestados.

Total respuestas: 832. Ns/nc: 2

Por otra parte, cabe destacar cómo, según va reduciéndose la edad actual, va descendiendo el porcentaje de jóvenes que consumieron por primera vez durante una comida o reunión familiar, porcentaje cuyo total se eleva a 17,55 sin considerar las variables sexo y edad. Mientras el 24,39% de los mayores de 25 años iniciaron su consumo en esta situación, en el caso de los de 20 a 25 baja a 19,5%, y en el de los de 17 a 19 años se reduce al 12,7%. Estos resultados pueden derivar, bien del abandono de la costumbre por parte de los padres de que los hijos tomen un “sorbito” de determinada bebida alcohólica en una ocasión especial; o bien de la reducción de la edad media de inicio al consumo cuando los padres invitan a los hijos a probar una “copita” con la familia, el joven en cuestión ya lo ha probado.

2.3. Bebida de inicio

Las bebidas elegidas por mayores porcentajes de jóvenes para su inicio al consumo de alcohol son los combinados (28,72%), el calimocho (27,14%) y la cerveza (23,55%).

No obstante, debemos destacar aquí que los hombres se inician en mayor porcentaje con la cerveza (28,35%) que con el resto de bebidas, mientras que la mayoría de las mujeres se decantan por los combinados (32,98%) al escoger la bebida para el inicio al consumo.

La elección de las bebidas también varía según la edad actual de los encuestados, resultando que los mayores de 25 años escogieron mayoritariamente para su primer consumo, por este orden, cerveza (35,56%), combinados (20%) y vino (15,56%); los de 20 a 25 años combinados (28,40%), cerveza (25,51%) y calimocho (24,32%); y los más jóvenes, de 17 a 19 años, se han iniciado con calimocho (35,03%), combinados (30,57%) y cerveza (18,15%).

Vemos aquí que la cerveza ha ido perdiendo importancia en el inicio del consumo, principalmente frente al calimocho, que pasa a ser la bebida de inicio generalizada entre los jóvenes de 17 a 19 años, independientemente de su sexo.

Tabla 12. Primera bebida alcohólica consumida según sexo y edad

Bebidas	Hombres				Mujeres			
	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total	17 a 19	20 a 25	Más de 25	Total
Vino	7,53	9,83	19,23	9,51	3,91	5,60	10,53	5,28
Calimocho	33,87	20,22	3,85	23,94	36,72	30,60	15,79	31,93
Cerveza	21,51	30,90	42,31	28,35	13,28	17,24	26,32	16,36
Licor/aguardiente	5,38	7,02	0,00	6,16	2,34	9,05	10,53	6,86
Combinado	25,81	24,60	19,23	25,88	37,50	31,47	21,05	32,98
Sidra	5,38	4,49	11,54	5,11	6,25	5,60	15,79	6,33
Ns/nc	0,54	1,12	3,85	1,06	0,00	0,43	0,00	0,26

Universo total: 799. Datos según las respuestas múltiples de 799 encuestados
Total respuestas: 947. NS/NC: 0.

3. CONSUMO EN EL MOMENTO DE LA REALIZACIÓN DEL ESTUDIO

En el apartado anterior hemos visto que un 98,52% de los jóvenes universitarios han probado en alguna ocasión bebidas alcohólicas y hemos ido analizando algunas de las características de este consumo.

Vamos a analizar ahora las características del consumo de alcohol, analizando no ya el primer consumo, sino el realizado con cierta frecuencia, ocasional o habitualmente. Para este análisis vamos a comenzar diferenciando el consumo realizado dentro de las Facultades y/o Escuelas Universitarias del realizado fuera de estos espacios.

3.1. Consumo en el ámbito universitario

El 49,44% de los encuestados que afirman haber probado en alguna ocasión bebidas alcohólicas afirman consumir alcohol en el ámbito de la facultad, lo que supone que el 48,71% del total de los encuestados consumen alcohol en el ámbito universitario.

Si diferenciamos por localidad, se observa que dicho consumo es muy superior en Madrid, tal como muestran los datos recogidos en la tabla 13.

Tabla 13. Consumo de bebidas alcohólicas en la Universidad por Comunidades Autónomas

Variables		Comunidad Autónoma		Total
		Madrid	Galicia	
SI	Recuento	322	73	395
	% Localidad	63,76	24,83	49,44
	% del total	40,30	9,14	49,44
NO	BASE	176	199	375
	% Localidad	34,85	67,69	46,93
	% del total	22,03	24,91	46,93
NS/NC	BASE	7	22	29
	% Localidad	1,39	7,48	3,63
	% del total	0,88	2,75	3,63
TOTAL	BASE	505	294	799
	% Localidad	100,00	100,00	100,00
	% del total	63,20	36,80	100,00

El análisis de los grupos de discusión refleja también la existencia de un menor consumo de bebidas alcohólicas en los recintos universitarios de Galicia que en los de Madrid.

“En la facultad o así yo creo que alcohol no, hombre a lo mejor alguna cerveza en la facultad, pero yo creo que es muy raro”.

“Pues yo en la facultad nada, realmente nunca vi a nadie ponerse... y me fijé además son baratísimos los cubatas en la cafetería, pero nunca vi a nadie empezar allí a tajarse, ni a cervezas ni a cubatas ni a nada”.

Sin embargo, el mayor consumo se produce en espacios vinculados al ámbito universitario, pero que no son propiamente dependencias de la Facultad o la Escuela. Así, por ejemplo, el consumo realizado en los parkings o en el campus es más elevado que el producido en los propios bares o cafeterías.

“Hombre sí, tenemos hecho la gracia, por ejemplo el año pasado cuando venía el buen tiempo y tal salir al campo que tenemos al lado, coger un par de cervezas y tal”

“entonces los parques que hay por ahí, pasas un viernes por la mañana porque te vas a la universidad a estudiar, a aprovecharlo, y es increíble como te encuentras el césped, son botellas de coca-cola, botellas de alcohol, vasos grandes de los de mini y entonces... es evidente que consumen alcohol, y luego también lo que decías tú, o sea no es lo que sea en la universidad pero por ejemplo los jueves después de clase a lo mejor se saltan la última clase a las doce y media o así, se van a unos bares que están cerca de los colegios mayores (nombra los bares) y los abren y son como mini disco-

tecas durante el día, y allí la gente no se toma una coca-cola o un zumo de naranja; ya están los minis de calimocho y demás, tampoco... yo he ido y no es tampoco el ambiente en contacto con borrachos, es el que te encuentras en un pub por la noche, pero ahora más en el invierno que hace frío”.

Por otra parte, tanto en Facultades de Galicia como de Madrid existen espacios comunes, distintos a cafeterías o pasillos, donde se consume, no sólo alcohol, sino también hachís y marihuana. Estos espacios, no existentes en todas las Facultades, aglutinan a estudiantes de toda la Universidad, no sólo de la carrera donde se encuentran.

“En la cafetería sí que ves que la gente pide cerveza y tal, pero luego en la moqueta que es una sala donde la gente va ahí para hablar y tal, yo no he entrado nunca, pero no... porque la gente bebe y fuma de todo” .

“Yo no lo noto tanto en la cafetería, pero sí en el despacho, ya sabemos qué gente para por el despacho, yo hasta no me acerco por allí porque le tengo miedo, pero el año pasado pasé por allí la cagas, jornadas fumando y bebiendo birras de la cafetería”.

En el consumo realizado dentro del ambiente universitario, pero fuera de las propias Facultades, existe una diferenciación entre Madrid y Galicia.

Así, en Madrid son muy frecuentes, como ya hemos visto, los “botellones”, con bebidas compradas fuera de la Universidad, que se realizan en los parkings, el campus, o parques cercanos.

“sí, a mi más de una vez me han invitado al biobotellón de Biología que es el jueves por la mañana y los viernes creo que también es y si vente el viernes a la una pero cualquier viernes a la una porque lo hacemos todas las semanas,... ¡con el estómago vacío estupendo, me salto la clase el proyecto y me voy a beber!”

Por el contrario, en Galicia es mucho más frecuente el consumo realizado en bares fuera del recinto universitario, pero con un ambiente inseparable del universitario.

“Hombre, yo por ejemplo, la gente que va por las tardes a Derecho, después, cuando salen a las ocho o a las nueve, siempre se van a tomar las cervezas, pero no es en la facultad, sino en una cafetería que ya van siempre, vamos, y yo a veces también lo hago, hombre, la cerveza me gusta, a lo mejor me tomo dos por las tardes, pero eso para mí no significa, vamos, que no es beber, eso es como beber una coca cola”

Si bien se consume alcohol en todas las Facultades, hay que hacer una precisión: en las carreras más “duras” se produce un menor consumo constante de alcohol, ya que

los apretados horarios, y la exigencia de asistir a clase, dificulta a los estudiantes pasar mucho tiempo en la cafetería. Esto no implica que no se realice consumo de alcohol, pero éste suele concentrarse más los viernes y en ocasiones especiales, como las fiestas. Sin embargo, esto no quiere decir que en estas Facultades (tradicionalmente asociadas a las carreras de ciencias) no se produzca este consumo.

“CHICA. - pero es que yo creo también que las carreras que no tienen prácticas se bebe mucho más es que, o sea, no puedes llegar a unas prácticas borracho ¿sabes? porque es que llegas...”

“NURIA. - Yo la verdad es que estoy todo el día estudiando, poco voy a la cafetería ¡es verdad! al principio de curso pues bueno, lo típico los primeros días tampoco haces mucho ni nada pero luego... es que no me da tiempo sino a terminar proyectos, a terminar cosas y tal”.

Sin embargo, este menor consumo tiene más que ver con la disponibilidad de tiempo libre de los estudiantes que con la carrera en sí misma, ya que no ocurre por igual en carreras de ciencias por igual.

Otro elemento a tener en cuenta a la hora de analizar el consumo de bebidas alcohólicas dentro de los establecimientos universitarios es el curso que estudian los jóvenes, ya que según se tiene más próximo el final de los estudios, más debe uno concentrarse en las clases, y por ello dedica menos tiempo lectivo al ocio.

“CHICO. - Es que yo me acuerdo en primero de carrera de emborracharte en la cafetería de la facultad” (...) yo que sé yo creo que la gente bebe más si está en primero si está en segundo, la gente que está en tercero, cuarto y quinto dice ¡joer! que tienes prácticas, que tienes clase, que tienes un montón de cosas que hacer y un montón de competencia al lado y te espabilas”.

Todos los universitarios afirman que el consumo producido en el ámbito universitario es menor que el producido fuera del mismo. Sin embargo, esta visión de un consumo menor de alcohol en el ámbito universitario que fuera de él se rompe cuando hablamos de las fiestas universitarias, durante las cuales el consumo de bebidas alcohólicas se dispara, llegando a superar el consumo realizado durante los fines de semana.

“Bueno, yo quería decir que el universitario no consume alcohol los días de diario, normalmente sale los fines de semana a otros lugares, fuera de lo cotidiano, de dónde se mueve normalmente los días de diario a consumir el alcohol ya bien sea por ejemplo Alonso Martínez, ya son barrios dedicados al universitario a beber, normalmente hay muchos pubs, discotecas y hay es verdaderamente donde tú consumes mucha canti-

dad de alcohol; y bueno también casi todo el dinero que te, que te, bueno que tienes en el bolsillo el fin de semana o te lo gastas en tabaco o te lo gastas en alcohol por norma general, vamos. Hay muchas excepciones si tú haces una encuesta por estos barrios a lo mejor de 2.000 pelas 1.800 te las gastas en copas”.

*“(Hablando de si se puede equiparar el consumo de fiestas al del fin de semana)
BLANCA. - en nuestra facultad, y yo en las fiestas aún más.*

PABLO. - Yo consumo un montón, puedo triplicar lo que consumo un fin de semana”.

Todos los asistentes a los grupos de discusión coinciden en afirmar que si existe consumo de bebidas alcohólicas dentro de la Universidad, fundamentalmente cerveza y, en algunos casos, vino o calimocho. El consumo de combinados, licores, u otras bebidas alcohólicas, es percibido como más esporádico.

“FERNANDO. – la cafetería es el centro de la universidad, se bebe casi todo cerveza no hay nada más”.

“BLANCA. - En nuestra facultad si se bebe entre semana, la gente bebe cervezas, no se piden cubatas ni nada de eso, bueno yo no lo he visto en la cafetería, vamos nadie bebe.

PABLO. - no, pero beben, eso cerveza”.

Esta percepción en cuanto a las bebidas más consumidas se ve respaldada por los datos cuantitativos, reflejados en la tabla 14. El 81,77% de los universitarios que consumen en la facultad beben cerveza, bebida que aglutina también la mayoría de las respuestas (56,17%).

Tabla 14. Bebidas consumidas en el ámbito universitario según Comunidad Autónoma

Bebidas/VARIABLES		Comunidad Autónoma		Total
		Madrid	Galicia	
Vino	% localidad	3,90	8,85	4,87
	% total respuestas	3,13	1,74	4,87
	% total casos	4,56	2,53	7,09
Calimocho	% localidad	23,59	7,08	20,35
	% total respuestas	18,96	1,39	20,35
	% total casos	27,59	2,03	29,62
Cerveza	% localidad	57,58	50,44	56,17
	% total respuestas	46,26	9,91	56,17
	% total casos	67,34	14,43	81,77
Licor	% localidad	3,03	3,54	3,13
	% total respuestas	2,43	0,70	3,13
	% total casos	3,54	1,01	4,56
Combinado	% localidad	7,36	23,01	10,43
	% total respuestas	5,91	4,52	10,43
	% total casos	8,61	6,58	15,19
Sidra	% localidad	4,55	7,08	5,04
	% total respuestas	3,65	1,39	5,04
	% total casos	5,32	2,03	7,34
Total	% localidad	100,00	100,00	100,00
	% total respuestas	80,35	19,65	100,00
	% total casos	116,96	28,61	145,57

Universo total: 395 que afirman consumir en el ámbito de la facultad. NS/NC: 0
 Datos basados en las respuestas múltiples de los 395. Total respuestas: 575

Cabe resaltar de nuevo algunas diferencias entre ambas regiones. Aunque en ambos casos la cerveza es la bebida más consumida, el porcentaje es ligeramente superior en el caso de Madrid (57,58% frente al 50,44% registrado en Galicia). No obstante, la mayor diferencia la encontramos en la segunda bebida más consumida: mientras en Madrid la segunda bebida más consumida es el calimocho, con un 23,59%, en Galicia es el combinado, con un 23,01%.

De lunes a miércoles se produce un consumo medio menor que el resto de la semana, consumo que se incrementa a partir del jueves, día próximo ya al fin de semana. La media de consumiciones alcohólicas diarias es un poco más elevada en Madrid todos los días excepto los jueves y los sábados, días en que el consumo en Galicia es muy superior al realizado en Madrid.

Los jueves y los viernes no sólo se incrementa el consumo medio sino también el número de consumidores, mientras que los sábados, aunque el consumo medio sea elevado, el número de consumidores es muy reducido.

El domingo, dado que los recintos universitarios permanecen cerrados no se produce consumo en el ámbito de la facultad.

Tabla 15. Número medio de consumiciones de bebidas alcohólicas realizadas en el ámbito universitario según día de la semana

Día de la semana	Madrid		Galicia		Total	
	Recuento	Media	Recuento	Media	Recuento	Media
Lunes	49	1,42	10	1,10	59	1,36
Martes	52	1,53	9	1,11	61	1,47
Miércoles	61	1,66	17	1,62	78	1,65
Jueves	75	1,84	34	3,38	109	2,32
Viernes	141	2,26	23	1,91	164	2,21
Sábado	12	3,33	6	5,33	18	4,00
Domingo	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Universo total: 395 que afirman consumir en el ámbito de la facultad.
Ns/nc lunes: 336, martes: 334, miércoles: 317, jueves: 286, viernes: 231, sábados: 377, domingos:395

Mediante la observación realizada se ha constatado que el horario de consumo de alcohol comienza antes de las comidas, entre las 12,00 y las 13,00 horas y se prolonga hasta el final de la tarde.

Hay que hacer un par de precisiones en lo que se refiere a las consumiciones medias realizar en el ámbito de la facultad comentadas:

- El índice de no respuestas a la pregunta sobre el número de consumiciones diarias realizadas en el ámbito de la facultad ha sido muy alto. Este alto índice de no respuesta responde, en parte, al hecho de que aquellos que no consumen habitualmente un número determinado de consumiciones en un día concreto no han contestado a la pregunta en cuestión, de ahí que debamos tomar estos resultados como meramente aproximativos dado lo reducido de la muestra.
- El análisis cualitativo, así como estudios anteriores, ponen de manifiesto que en Galicia, especialmente en Santiago de Compostela, existe un mayor ambiente universitario que se hace patente especialmente con las salidas los jueves (más típicas en Galicia que en Madrid), ya que muchos estudiantes vuelven los viernes a sus localidades de origen. Este hecho se constata claramente al observar el incremento del consumo los jueves en Galicia y los viernes en Madrid.
- La elevada media de consumiciones registrada en sábado (día no lectivo) puede ser debida a que en algunas facultades se realizan algunos exámenes los sábados y/o a que algunos alumnos acuden a la facultad a realizar diferentes actividades deportivas. En estos casos, si una vez finalizadas dichas actividades, los universitarios

deciden “ir a tomar algo” aunque sea fuera de las Facultades/Escuelas, han indicado que se producen en dicho ámbito porque si no hubieran acudido a la facultad probablemente no hubieran consumido. También hay que considerar aquí el consumo realizado en fiestas universitarias celebradas los sábados.

Por último, la observación ha permitido poner de manifiesto la existencia de una extensa publicidad, bien directa o indirecta, dentro las Universidades de alcohol y tabaco, publicidad que puede contribuir a un aumento del consumo. Si bien dentro de los recintos universitarios no hay mucha publicidad directa de marcas de bebidas alcohólicas o de tabaco, si es abundante la publicidad de fiestas en las que se ofrecen este tipo de bebidas a bajo precio. Además, sí se puede observar publicidad de tabaco o alcohol en revistas destinadas al público juvenil. En este sentido hay que destacar, por otra parte, que en muchas ocasiones las actividades culturales o de ocio están patrocinadas por marcas de bebidas alcohólicas o de tabaco.

3.2. Consumo fuera del ámbito universitario

En la introducción se mencionaba que el 50,18% de los encuestados afirmaban que el ambiente universitario favorece el consumo, mientras que el 43,16% opina que dicho ambiente no afecta. Sin embargo, los datos expuestos a continuación ponen de manifiesta que esta percepción no se corresponde con la realidad, ya que el consumo es mayor fuera del ambiente universitario.

El 94,74% de los encuestados que han probado bebidas alcohólicas en alguna ocasión afirma consumir fuera del ámbito de la facultad (lo que supone el 93,34% del total de los encuestados). Este consumo es ligeramente superior en el caso de Madrid, con un 95,45%, frente al 93,54% registrado en Galicia.

Tabla 16. Consumo de bebidas alcohólicas fuera del ambiente universitario por Comunidades Autónomas

Variables		Comunidad Autónoma		Total
		Madrid	Galicia	
Sí	Recuento	482	275	757
	% Localidad	95,45	93,54	94,74
	% del total	60,33	34,42	94,74
No	Recuento	18	0	18
	% Localidad	3,56	0,00	2,25
	% del total	2,25	0,00	2,25
Ns/nc	Recuento	5	19	24
	% Localidad	0,99	6,46	3,00
	% del total	0,63	2,38	3,00
Total	Recuento	505	294	799
	% Localidad	100,00	100,00	100,00
	% del total	63,20	36,80	100,00

Las bebidas alcohólicas consumidas fuera del ámbito de la facultad difieren de las que se consumen dentro de la misma. El 84,68% de los consumidores en este ámbito beben combinados, seguido de un 51,52% que bebe cerveza (bebidas que aglutinan respectivamente el 38,99% y el 23,72% de las respuestas).

Al analizar la distribución por regiones, vemos que los combinados, el vino y los licores/ aguardientes obtienen porcentajes de consumo superiores en Galicia, mientras que los porcentajes de consumo de cerveza, calimocho y sidra son un poco más elevados en Madrid. Estas diferencias, no alteran, sin embargo, el orden de importancia de las bebidas según su consumo.

Tabla 17. Bebidas consumidas fuera del ámbito universitario según Comunidad Autónoma

Bebidas/Variables		Comunidad Autónoma		Total
		Madrid	Galicia	
Vino	% localidad	9,18	11,31	9,91
	% total respuestas	6,02	3,89	9,91
	% total casos	13,08	8,45	21,53
Calimocho	% localidad	15,77	11,31	14,23
	% total respuestas	10,34	3,89	14,23
	% total casos	22,46	8,45	30,91
Cerveza	% localidad	22,91	25,27	23,72
	% total respuestas	15,02	8,70	23,72
	% total casos	32,63	18,89	51,52
Licor / Aguardiente	% localidad	6,86	7,24	7,00
	% total respuestas	4,50	2,49	7,00
	% total casos	9,78	5,42	15,19
Combinado	% localidad	38,13	40,64	38,99
	% total respuestas	25,00	13,99	38,99
	% total casos	54,29	30,38	84,68
Sidra	% localidad	7,14	4,24	6,14
	% total respuestas	4,68	1,46	6,14
	% total casos	10,17	3,17	13,34
Total	% localidad	100,00	100,00	100,00
	% total respuestas	65,57	34,43	100,00
	% total casos	142,40	74,77	217,17

Universo total: 757 que afirman consumir fuera del ámbito de la facultad
 Datos basados en las respuestas múltiples de los 757 NS/NC: 0

Al igual que sucede en el consumo dentro del ámbito universitario, vemos en la tabla 18 que el consumo medio más elevado se produce los jueves, viernes y sábados también fuera de dicho ambiente. Sin embargo, en este caso el consumo medio es más elevado en Galicia que en Madrid todos los días de la semana, diferencia especial-

mente acusada los jueves, que, como ya hemos visto, es el día de la “movida universitaria” en Galicia y, especialmente, en Santiago de Compostela.

En este caso vemos que los domingos también se produce un importante consumo medio de bebidas alcohólicas, si bien es ya un poco más bajo que el realizado entre el jueves y el sábado.

El número de consumidores sigue la misma tendencia que el número de consumiciones, incrementándose ambos durante el fin de semana (incluyendo aquí el jueves), momento en que los jóvenes “salen de marcha”.

De nuevo hay que hacer referencia al alto nivel de no respuesta registrado en la pregunta referente al número de consumiciones según los días de la semana. Como ya ocurriera en el ámbito de la facultad, en el ámbito de fuera de la facultad aumenta la no respuesta en los días en los que los jóvenes no suelen “salir de marcha”, por lo que podemos volver a interpretar como que aquellos que no beben habitualmente un número determinado con consumiciones no han contestado a esta pregunta. Ante esta circunstancia debemos volver a indicar que los resultados deben considerarse como meramente orientativos.

Tabla 18. Número medio de consumiciones de bebidas alcohólicas realizadas en el ámbito universitario según día de la semana

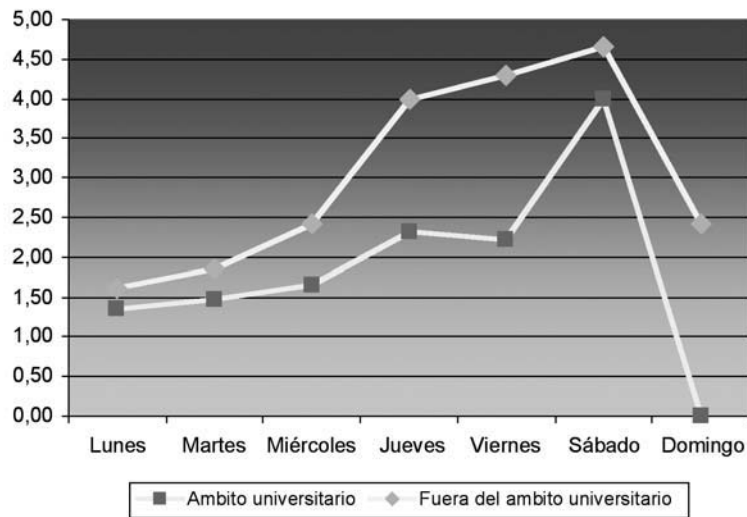
Día de la semana	Madrid		Galicia		Total	
	Recuento	Media	Recuento	Media	Recuento	Media
Lunes	30	1,60	14	1,64	44	1,61
Martes	31	1,74	17	2,09	48	1,86
Miércoles	28	1,89	31	2,89	59	2,42
Jueves	72	2,80	107	4,80	179	4,00
Viernes	356	4,12	127	4,79	483	4,28
Sábado	382	4,36	197	5,22	579	4,65
Domingo	99	2,16	31	3,27	130	2,43

Universo total: 757 que afirman consumir fuera del ámbito de la facultad.

Ns/nc: lunes: 713, martes:709, miércoles: 698, jueves: 578, viernes: 274, sábados: 178, domingos:627

Ya se indicaba al principio de este apartado que el interior de la Universidad no favorece el consumo de bebidas alcohólicas. Para terminar, vemos en el gráfico siguiente como el consumo es claramente superior fuera del ámbito universitario, especialmente en los momentos de mayor consumo (excepto los sábados donde el consumo se acerca, si bien ya veíamos que si bien el consumo medio es elevado, el número de consumidores es muy reducido).

Gráfico 4. Número medio de consumiciones de bebidas alcohólicas según días de la semana y ámbito de consumo

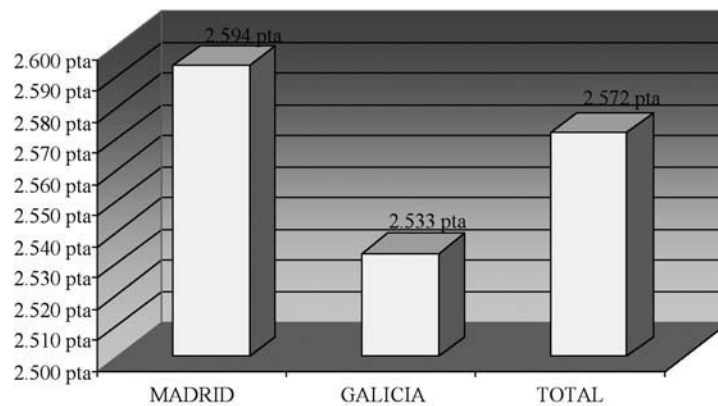


IV. CARACTERÍSTICAS Y FACTORES DE RIESGO DEL CONSUMO DE ALCOHOL (Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

1. ELEMENTOS DEL CONSUMO: PRECIO, LUGAR, ACCESO Y ACOMPAÑANTES

El gasto medio en alcohol que realizan los encuestados consumidores es de 2.572 pesetas a la semana (15,46€), con diferencias insignificantes entre las regiones estudiadas.

Gráfico 5. Gasto medio semanal en bebidas alcohólicas según Comunidades Autónomas



Los lugares donde los universitarios suelen comprar el alcohol son mayoritariamente los pubs/discotecas, donde lo hace el 75,59% de los consumidores, y en supermercados, donde acude el 66,71%.

Al analizar los lugares de compra en función de la Comunidad Autónoma de estudio, vemos que en Galicia se concentran más número de respuestas en los dos lugares principales.

Al analizar estos datos, debemos destacar el mayor porcentaje de consumidores madrileños que dicen comprar alcohol en la facultad, 11,4% frente a 2,3% de gallegos; diferencia muy lógica si recordamos que el consumo en el ámbito de la facultad en Madrid era muy superior al de Galicia (63,8% frente a 24,8%).

La observación realizada en distintas Facultades y las opiniones manifestadas en los grupos de discusión reflejan que las bebidas alcohólicas son más baratas en los establecimientos universitarios que en establecimientos externos a la Universidad.

Tabla 19. Lugares de compra de bebidas alcohólicas según Comunidad Autónoma

Lugares / Variables		Madrid	Galicia	TOTAL
Hipermarcados	% localidad	23,91	32,26	26,62
	% respuestas	16,13	10,49	26,62
	% casos	40,43	26,28	66,71
Bodegas / tascas	% localidad	9,18	7,22	8,54
	% respuestas	6,19	2,35	8,54
	% casos	15,52	5,88	21,40
Otras tiendas	% localidad	8,29	4,15	6,94
	% respuestas	5,59	1,35	6,94
	% casos	14,02	3,38	17,40
Bares / cafeterías	% localidad	18,28	18,74	18,43
	% respuestas	12,34	6,09	18,43
	% casos	30,91	15,27	46,18
Pubs / discotecas	% localidad	28,13	34,41	30,17
	% respuestas	18,98	11,19	30,17
	% casos	47,56	28,04	75,59
Facultad	% localidad	11,40	2,30	8,44
	% respuestas	77,00	7,50	84,50
	% casos	19,27	1,88	21,15
Ns/nc	% localidad	0,81	0,92	0,85
	% respuestas	0,55	0,30	0,85
	% casos	1,38	0,75	2,13
Total	% localidad	100,00	100,00	100,00
	% respuestas	67,48	32,52	100,00
	% casos	169,09	81,48	250,56

Muestra total: 799 encuestados que afirman haber bebido alcohol en alguna ocasión. Datos basados en las respuestas múltiples de 782. Ns/nc: 17. Total respuestas: 2002

Ante estos resultados parece lógico que los lugares en los que beben más habitualmente sean los bares/pubs (71,34%) y las discotecas (52,82%), ya que son éstos donde, como hemos visto anteriormente, se compran con mayor frecuencia las bebidas alcohólicas. Por el contrario, la propia casa, la casa de amigos o la calle, son lugares en los que mayoritariamente se consume alcohol de forma ocasional.

Por último, destacar en este punto que lo más habitual en la Facultad es no consumir (49,94%), o bien hacerlo de modo ocasional (42,68%). Las diferencias aparecen de nuevo cuando estudiamos las respuestas en función de la región. El porcentaje de estudiantes que dice no beber nunca en la Universidad es muy superior en el caso de los gallegos, un 76,19%, frente a un 34,65% de madrileños que afirma no beber nunca en este lugar. Estos datos coinciden con las conclusiones expuestas en el apartado dedicado al consumo en el ámbito universitario.

Otro lugar en el que debemos destacar las diferencias existentes es la casa del encuestado: mientras la mayoría de los gallegos, un 51,7%, dice no consumir nunca en este lugar, mientras que en el caso de los madrileños, la mayoría, un 52,67% afirma que consume en su casa ocasionalmente.

Tabla 20. Lugares de consumo de bebidas alcohólicas según Comunidad Autónoma

Región / Lugares de consumo	Nunca		Ocasionalmente		Habitualmente		NS/NC		TOTAL	
	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%
Total										
En mi casa	368	46,06	391	48,94	26	3,25	14	1,75	799	100,0
En casa de unos amigos	103	12,89	593	74,22	87	10,89	16	2,00	799	100,0
En la calle	197	24,66	375	46,93	205	25,66	22	2,75	799	100,0
En un bar/pub	21	2,63	198	24,78	570	71,34	10	1,25	799	100,0
En discotecas	122	15,27	227	28,41	422	52,82	28	3,50	799	100,0
En la Universidad	399	49,94	341	42,68	35	4,38	24	3,00	799	100,0
Madrid										
En mi casa	216	42,77	266	52,67	16	3,17	7	1,39	505	100,0
En casa de unos amigos	57	11,29	386	76,44	53	10,50	9	1,78	505	100,0
En la calle	99	19,60	244	48,32	146	28,91	16	3,17	505	100,0
En un bar/pub	13	2,57	115	22,77	371	73,47	6	1,19	505	100,0
En discotecas	67	13,27	136	26,93	284	56,24	18	3,56	505	100,0
En la Universidad	175	34,65	287	56,83	30	5,94	13	2,57	505	100,0
Galicia										
En mi casa	152	51,70	125	42,52	10	3,40	7	2,38	294	100,0
En casa de unos amigos	46	15,65	207	70,41	34	11,56	7	2,38	294	100,0
En la calle	98	33,33	131	44,56	59	20,07	6	2,04	294	100,0
En un bar/pub	8	2,72	83	28,23	199	67,69	4	1,36	294	100,0
En discotecas	55	18,71	91	30,95	138	46,94	10	3,40	294	100,0
En la Universidad	224	76,19	54	18,37	5	1,70	11	3,74	294	100,0

El consumo de bebidas alcohólicas se realiza fundamentalmente de manera grupal, tanto por parte de chicos como de chicas. La compañía elegida en la mayoría de los casos por los universitarios cuando beben es la de los amigos, principalmente de fuera de la Universidad (41,12%), a los que siguen los amigos de la Universidad (31,85%), manteniéndose esta elección en los jóvenes de todos los sexos y edades.

Entre los hombres es mayor el porcentaje de aquellos que consumen con amigos de la Universidad, al igual que entre los jóvenes de 20 a 25 años, si bien no cabe establecer una tendencia en función de la edad.

Aunque en un porcentaje bajo, existen universitarios que consumen alcohol el solitario (el 1,34% de las respuestas), lo que no debe perderse de vista. En todos los casos este consumo es realizado por hombres.

Tabla 21. Acompañantes en el consumo de alcohol según edad y sexo

Edad / Sexo	Solo		Con amigos de fuera de la Univers.		Con amigos de la Universidad		Con la pareja		Con familiares		Con cualquiera de los anteriores		Ns/nc		Total	
	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%
De 17 a 19 años																
Hombres	3	1,15	114	43,68	82	31,42	21	8,05	11	4,21	25	9,58	5	1,92	261	100,0
Mujeres	0	0,00	85	44,50	55	28,80	23	12,04	10	5,24	16	8,38	2	1,05	191	100,0
Total	3	0,66	199	44,03	137	30,31	44	9,73	21	4,65	41	9,07	7	1,55	452	100,0
De 20 a 25 años																
Hombres	15	2,71	215	38,81	185	33,39	50	9,03	23	4,15	61	11,01	5	0,90	554	100,0
Mujeres	0	0,00	139	40,88	108	31,76	50	14,71	13	3,82	28	8,24	2	0,59	340	100,0
Total	15	1,68	354	39,60	293	32,77	100	11,19	36	4,03	89	9,96	7	0,78	894	100,0
De más de 25 años																
Hombres	1	2,22	18	40,00	12	26,67	5	11,11	4	8,89	4	8,89	1	2,22	45	100,0
Mujeres	0	0,00	10	45,45	8	36,36	1	4,55	1	4,55	2	9,09	0	0,00	22	100,0
Total	1	1,49	28	41,79	20	29,85	6	8,96	5	7,46	6	8,96	1	1,49	67	100,0
Total	19	2,21	347	40,35	279	32,44	76	8,84	38	4,42	90	10,47	11	1,28	860	100,0
Hombres	19	2,21	347	40,35	279	32,44	76	8,84	38	4,42	90	10,47	11	1,28	860	100,0
Mujeres	0	0,00	234	42,31	171	30,92	74	13,38	24	4,34	46	8,32	4	0,72	553	100,0
Total	19	1,34	581	41,12	450	31,85	150	10,62	62	4,39	136	9,62	15	1,06	1413	100,0

Universo total: 799 encuestados que afirman haber consumido alcohol alguna vez.

Datos basados en las respuestas múltiples de los 799. NS/NC: 0.

2. MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Una vez definidas las características que definen el consumo de los jóvenes universitarios, dentro y fuera del ámbito de la facultad, es de vital importancia conocer cómo se sienten cuando beben, y sobre todo cuál o cuáles son los motivos principales por el que beben estos jóvenes.

Las opiniones vertidas en los grupos de discusión ponen de manifiesto que el consumo de alcohol de los jóvenes va íntimamente ligado al concepto de diversión. Así, una

de las principales motivaciones para el consumo de alcohol es el efecto desinhibidor y socializador de las bebidas alcohólicas, que permite aumentar la diversión. Sin embargo, también la presión de grupo incita, menos según va aumentando la edad, al consumo.

“te reúnes en la cafetería y hay que hacer amistades y el alcohol como que... las cervezas o el calimocho y tal como que acompañan a eso ¿sabes? (...)

CHICA VET. - sí, es que el alcohol hace amigos, es verdad”.

“La gente bebe mucho para relacionarse”.

En las edades de inicio al consumo (14/15 años) a este aspecto desinhibidor del alcohol y a la presión de grupo, hay que sumar una motivación más que incita a consumir: el hecho de probar algo nuevo. Es, además, en estas edades, y hasta los 18 años aproximadamente, cuando más afecta, en este sentido, la presión de grupo, presión que en las edades universitarias pierde gran parte de su importancia.

“(Inicio para probar) CHICA. - pero es que no te fijas, cuando llegas a esa edad pues es algo que nunca has hecho y ya y punto”.

Tal como hemos comentado, la mayoría de los jóvenes universitarios se sienten más desinhibidos cuando consumen bebidas alcohólicas, según señala el 23,24 de las respuestas. Según el 17,94% de las mismas se sienten más divertidos y más charlatanes según el 17,47%. La sensación de no sentir efectos específicos por el consumo aglutina el 16,44% de las respuestas.

Para conocer con mayor profundidad cómo se sienten los universitarios que consumen bebidas alcohólicas, hemos diferenciado las respuestas en función del sexo y la edad del consumidor (Tabla 22).

Al analizar los efectos percibidos en función del sexo de los encuestados, vemos que en el caso de las mujeres, existe un mayor porcentaje de respuestas que indican que no se sienten distintas cuando beben alcohol que cuando no lo hacen.

Según el sexo de los encuestados debemos hacer también algunas consideraciones. Las respuestas de los más jóvenes, 17 a 19 años, conceden mayor importancia a la sensación de incremento de sociabilidad que a la de falta de efectos. Por el contrario, a partir de los 20 años, el no sentirse diferentes cuando consumen bebidas alcohólicas pasa a ocupar el segundo lugar después de la sensación de mayor desinhibición. El hecho de que un consumidor no se sienta diferente cuando toma bebidas alcohóli-

cas de cuando no puede deberse a un mayor control del consumo y/o a un mayor hábitudamiento.

Tabla 22. Cómo se sienten ante el consumo de alcohol según sexo y edad

Sensaciones	Sexo		Edad			Total
	Hombres	Mujeres	17 a 19	20 a 25	Más de 25	
Más divertido/a	19,16	15,79	18,92	17,61	15,00	17,94
Más charlatán/a	17,18	17,98	19,14	16,82	13,33	17,47
Más deprimido/a	1,36	0,88	0,68	1,45	1,67	1,19
Más torpe	5,93	2,41	5,18	4,20	6,67	4,66
Más irritable	1,98	0,44	2,48	0,92	0,00	1,42
Más sociable	12,11	14,25	15,09	11,83	10,00	12,89
Más pesado/a	2,97	3,07	4,50	2,37	0,00	3,00
Más deshinibido/a	23,36	23,03	20,72	24,57	25,00	23,24
Una mezcla de las anteriores	0,12	0,22	0,23	0,13	0,00	0,16
No me siento distinto a cuando	13,97	20,83	11,26	18,79	25,00	16,44
Ns/nc	1,85	1,10	1,80	1,31	3,33	1,58

Universo total. 799 encuestados que afirman haber bebido en alguna ocasión.

Datos basados en las respuestas múltiples de los 799 encuestados. Ns/nc: 0. Total respuestas: 1265

Como hemos visto, en todos los casos las respuestas más mencionadas se corresponden siempre con efectos de carácter positivo, quedando relegadas las sensaciones más negativas, como “más deprimido/a”, “más torpe”, “más irritable” o “más pesado/a”.

Teniendo esto en cuenta podemos llegar a la conclusión de que el consumo de alcohol despierta en la mayoría de los encuestados un sentimiento agradable, y en ningún caso parece que exista un sentimiento mayoritario de rechazo hacia el alcohol por cómo les hace sentirse.

Esta conclusión adquiere más fuerza cuando estudiamos las respuestas obtenidas por los consumidores cuando les preguntamos por el motivo principal por el que consumen alcohol.

El 65,71% de los consumidores afirma que su motivo principal para el consumo es que les gustan las bebidas alcohólicas, seguidos del 28,04% que afirman que las consumen para divertirse. En este caso no existen diferencias según el sexo y/o la edad de los encuestados.

Tabla 23. Motivo principal de consumo de alcohol según sexo y edad

Sensaciones	Recuento	% de respuestas	% de casos
Para ser más sociable	28	3,06	3,50
Para divertirme	224	24,48	28,04
Para hacer cosas que si no no haría	26	2,84	3,25
Para ligar	9	0,98	1,13
Porque me gusta	525	57,38	65,71
Porque consumen mis amigos	22	2,40	2,75
Para olvidar mis problemas	14	1,53	1,75
Porque es asequible	27	2,95	3,38
Por todas las anteriores	4	0,44	0,50
Ns/nc	36	3,93	4,51
Total	915	100,00	114,52

Universo total. 799 encuestados que afirman haber bebido en alguna ocasión.
Bases y porcentajes basados en las respuestas múltiples de estos 799 encuestados

Las opiniones de los profesores en el grupo de discusión que protagonizaron van más allá, a buscar explicaciones de fondo al consumo, señalando la falta de expectativas y los patrones de comportamiento transmitidos por la familia como elementos explicativos del uso del alcohol.

“Es que cada vez hay menos diferencias entre adolescentes y lo que antes se consideraban adultos. Una cosa que solía convertir a los adolescentes en adolescentes era posponer las responsabilidades familiares, pero hoy en día las posponen incluso los hombres y mujeres de 30 y 40 años, incluso permanentemente. Llegar a la edad adulta es un proceso que dura toda la vida. (...) La adolescencia y juventud, como preparación para la vida no tiene sentido cuando la vida que se prepara es tan parecida a la que uno ya vive”.

“Los jóvenes no quieren crecer, y descubren que existen formas alternativas de escapar a la parte más dura de crecer. Por eso las pastillas de diseño o el alcohol.(...) Cuando no es para compartir cosas juntos, lo hacen para no deprimirse o para sacar un examen”.

“Los universitarios, según se comportan, son bastante igualitos a sus propios padres, aunque pretendan hacer énfasis en las diferencias, que al parecer van poco más allá del salir por las noches o tener coche, y que sus aspiraciones no pueden ser más tranquilizadoras en estos momentos para la situación sociopolítica”.

Por último, una opinión generalizada entre todos los participantes en grupos de discusión es que el alcohol es algo aceptado socialmente cuyo consumo no se ve como

algo negativo o perjudicial. En este sentido, lo único que hay que hacer es consumir de modo responsable, si cada uno conoce sus límites y los respeta, el consumo es bueno, sólo puede ser perjudicial cuando no se observan estos límites. Esta responsabilidad singular aumenta con la edad, y para que exista es preciso contar con alguien en ocasiones (padres, amigos,...) que muestren a cada uno la necesidad de estos límites.

“CHICO MED. - Los excesos son malos, pero sólo los excesos, es decir no sé el hecho de que tu bebas todos los días o que tu padre beba todos los días eso es malo, el hecho de que tu padre tenga la edad que tenga, tú... hombre con diez años no joer pero con veinte años, con dieciocho años te tomes unas copas pero sepas donde están las cosas a mi eso, ni decirme que el alcohol porque sea sano o no sano y eso de beberte dos vasos de vino es sano, cada uno hace lo que quiere, pero el mero hecho de saber tú donde está el punto de inflexión a mi no me parece...”

CHICO POL. – Eso se va cogiendo a lo largo de los años, según van aumentando los años y dices ¡joer, es que cuando tenía dieciocho años lo que hacía! y ya no lo hago.

CHICO MED. - yo creo que el problema no está en eso , está en quien te puede decir a ti en tu ámbito ¡oye te estás pasando! ¿no?”

V. PROBLEMAS DERIVADOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL

(Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

Aunque como hemos comentado anteriormente, a la mayoría de los universitarios consumidores de alcohol éste sólo les reporta sensaciones agradables, al menos a corto plazo, esto no significa que no hayan tenido ningún problema como consecuencia del mismo.

No se trata de problemas generalizados entre la población objeto de estudio, ya que como puede observarse en la tabla adjunta, el mayor porcentaje de respuesta (38,70%) lo aglutina la opción “No he tenido problemas como consecuencia del consumo de alcohol”.

Tabla 24. Problemas derivados del consumo de alcohol por sexo y edad

Problemas	Sexo		Edad			Total
	Hombres	Mujeres	17 a 19	20 a 25	Más de 25	
Problemas familiares	6,02	4,52	6,79	5,09	3,45	5,54
Problemas con la pareja	7,15	7,45	5,98	8,03	5,17	7,25
Problemas con amigos	7,90	6,12	8,70	6,69	6,90	7,33
Accidentes de tráfico	4,27	1,86	2,45	3,88	5,17	3,50
Detención por la policía	4,52	1,06	3,53	3,35	3,45	3,41
Faltas a la Universidad	9,41	5,59	7,88	8,70	3,45	8,18
Discusiones/riñas	10,79	10,37	10,05	11,11	8,62	10,66
Peleas con agresión física	7,40	1,33	5,43	5,35	6,90	5,46
Rotura de mobiliario urbano	11,67	2,13	9,51	8,30	6,90	8,61
No ha tenido problemas	29,36	58,51	37,50	38,42	50,00	38,70
Ns/nc	1,51	1,06	2,17	1,07	0,00	1,36

Universo total: 799 encuestados que afirman haber consumido alcohol alguna vez
 Datos basados en las respuestas múltiples de los 799 encuestados. Ns/nc: 0. Total respuestas: 1173

Centrándonos en aquellos que afirman haber tenido problemas, cabe destacar que son los varones los que en mayor porcentaje han tenido problemas: el 69,13% de sus respuestas indican la existencia de algún problema originado por el consumo de alcohol, hecho que sólo afirma el 40,43% de las respuestas de las mujeres.

En función de la edad son los mayores de 25 años los que menos problemas han tenido, existiendo pocas diferencias entre los menores de esa edad.

Considerando como problemas más graves aquellos en los que pueden producirse problemas con la autoridad como accidentes de tráfico, detención por la policía, peleas con agresión física y rotura de mobiliario urbano, observamos dos comportamientos claramente diferenciados según el sexo y la edad de los consumidores:

- El porcentaje que aglutina estos cuatro problemas en los varones es, en todos los casos, superior al de mujeres.
- En el caso de los hombres, la presencia de estos cuatro problemas disminuye a medida que aumenta la edad de los consumidores; mientras que en el caso de las mujeres, el porcentaje de estos problemas aumenta a medida que también aumenta la edad de las consumidoras. Este dato resulta muy interesante, pues indica una mayor socialización del alcohol entre los hombres maduros que entre las mujeres maduras.

VI. PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ALCOHOL

(Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

Para terminar de abordar el consumo de alcohol en el ámbito universitario, se preguntó a los encuestados qué propuestas ayudarían a reducir, en su opinión, el consumo de alcohol en los recintos universitarios, proponiéndoles 4 medidas (las situadas en los primeros lugares en la tabla 25) y permitiendo que hagan las aportaciones que crean convenientes. Sin embargo, la mayoría de los encuestados no propone medidas distintas a las indicadas en el cuestionario. Antes de ver qué propuestas son las más respaldadas por los universitarios, debemos resaltar que el 5,8% de los encuestados opina que no es necesario buscar una reducción de este consumo.

La siguiente tabla muestra las propuestas aportadas para la reducción del consumo y la importancia que cada una de ellas tiene para los universitarios. Si agrupamos varias propuestas, vemos que el 48,46% de los universitarios consideran que las medidas que posibilitarían una reducción del consumo de alcohol en el ámbito universitario son las relacionadas con medidas de prohibición o de elevación de precios, mientras que sólo el 39,58% opina que la educación, la información y las campañas específicas obtendrían los resultados esperados.

También debemos destacar que el 2,59% de los universitarios encuestados no cree que ninguna medida fuese eficaz para la disminución del consumo.

Tabla 25. Propuestas para reducir el consumo de alcohol en el ámbito universitario

Propuestas para reducir el consumo de alcohol	Recuento	% de respuestas	% de casos
Realizar campañas específicas en la Universidad	283	33,93	34,90
Elevar el precio del alcohol en las cafeterías universitarias	177	21,22	21,82
Prohibir totalmente el consumo de alcohol a cualquier hora y en cualquier lugar de la facultad	97	11,63	11,96
Prohibir el consumo de alcohol fuera del recinto de la cafetería/bar de la facultad	73	8,75	9,00
No creo que sean necesarias, no es un problema	47	5,64	5,80
Vender bebidas alcohólicas sólo en horas de comida	46	5,52	5,67
Educar	22	2,64	2,71
Ninguna medida	21	2,52	2,59
Cada uno que actúe según su decisión	18	2,16	2,22
Informar	10	1,20	1,23
No tomar medidas prohibitivas	8	0,96	0,99
Campañas de concienciación sobre los efectos	6	0,72	0,74
Otras medidas	26	3,12	3,21
TOTAL	834	100,00	102,84

Si bien un importante número de encuestados respalda la realización de campañas específicas como medida eficaz para la reducción del consumo de bebidas alcohólicas, la opinión expresada por los participantes en los grupos de discusión, casi de modo unánime, señala la ineficacia de las campañas publicitarias preventivas del consumo de alcohol o de drogas en general. Los mensajes no conectan con la mentalidad de los jóvenes, y éstos no se sienten destinatarios de los mismos, ya que no creen posible que las consecuencias más negativas de las distintas drogas vayan a ocurrirles a ellos.

“CHICA. - Yo creo que no sirve de nada.

CHICA. - Yo pienso que el que está mentalizado, está mentalizado

CHICA. - como no sea que a corto plazo pues que puedas ver que sea muy malo, que te vas a morir (varios comentarios)”.

Incluso aunque en ocasiones se vean reflejados en algunas de las situaciones mostradas en las campañas preventivas, normalmente sólo les causa risa. En su opinión, las campañas sólo les muestran situaciones extremas en las que no se ven reflejados, quizá si éstas mostrasen un término medio (lugar donde ellos se sitúan) si tendrán más efectos preventivos.

“Hombre el anuncio éste, como era, de lo que te hace el alcohol y que sale el tío pidiendo algo y le meten dedo en la boca. Ese é de coña.”

Más efectivas son las campañas de Tráfico, que si bien no reducen el consumo de alcohol, sí están logrando que muchos jóvenes no utilicen el coche en sus desplazamientos los fines de semana.

“JAVIER. - las que causan impacto son por ejemplo las de tráfico, a mí por ejemplo si que me causan mucho impacto, peor por ejemplo hay otras que me causan risa”.

CHICA.- Lo que sí que es verdad es que le gente si que se ha concienciado a partir de hace... no sé cuanto tiempo, yo sí que veo que la gente con el mismo tema de coger el coche, que la gente dice bueno pues uno de nosotros nos vamos turnando y uno de nosotros cada semana o cada fin de semana, cada día que vayamos a salir se queda sin beber para llevar el coche y yo eso antes nunca lo había vivido, o sea yo he conocido a gente que decía no es que yo cuando voy bebido conduzco mejor que cuando no voy bebido (varios comentarios a la vez)”.

De lo anteriormente expuesto podemos concluir que los jóvenes no reniegan de la efectividad de una buena campaña preventiva aunque consideran que las campañas de prevención de consumo de drogas no están adecuadamente orientados a ellos.

Aún así, la eficacia de las campañas sólo es relativa, y lo más efectivo son, sin duda, las propias experiencias. En este sentido, más eficaz que las campañas sería el contacto con experiencias reales, con personas que efectivamente hayan tenido problemas con el alcohol.

Los jóvenes no ven una alternativa de prevención eficaz, aunque todos están de acuerdo en que el aumento de precio y, el cumplimiento real del requisito mínimo de edad para consumir alcohol podría ayudar a reducir el consumo.

De todos modos, la Universidad no es considerada como la mejor etapa para intentar prevenir este consumo, ya que lo sería una etapa previa, la adolescencia, durante la cual hay que intentar “educar” a los chavales para que sean capaces de realizar un consumo responsable. No hay que olvidar que los universitarios no ven mal el consumo de alcohol, sólo los excesos continuados en el mismo.

“CHICA VET. - ¿qué mas da que un tío se pille un pedo y haga el gilipollas durante una noche? da igual, el problema es que se lo pille durante toda la semana con quince años y al final el tío no pueda dejar de beber”.

“O sea, son gilipollas porque a mi qué me tienes que explicar con 24 años que voy a cumplir lo que es una borrachera o lo que no es una borrachera, he cogido miles. Yo propondría una campaña educativa para enseñar a la gente a beber, y a disfrutar de la vida, y un poquito a vivir, para un poco lo que le digo yo a mi hermana, o sea, me dice: “¿beber es malo?”, “no, beber no es malo tía, ni las drogas son malas, porque lo malo y lo bueno son adjetivos de iguales morales que le ponemos nosotros, el rollo es cómo tú lo utilices, y hay que saber utilizar el alcohol igual que hay que saber conducir un coche”

VII. CONSUMO DE OTRAS DROGAS

(Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

Una vez conocidos todos los factores y características del consumo de alcohol tanto dentro como fuera del ámbito de la facultad, vamos a estudiar cuál es el consumo de que produce de otras sustancias entre los universitarios encuestados. Para ello, en las siguientes páginas se analizará el consumo existente de cada una de las sustancias y las características de sus consumidores.

Tabla 26. Frecuencia y edad media de inicio al consumo de sustancias por CC.AA.

Localidad / Sustancias	Nunca	La he probado	Menos de una vez por semana	Varias veces por semana	Lo he dejado	Ns/nc	Total	Edad medi de inicio
Total								
Tabaco	14,80	19,85	5,67	47,23	8,14	4,32	100,00	15,6
Porros	25,77	27,62	20,59	15,91	7,40	2,71	100,00	16,4
LSD/Ácidos/Tripis	78,30	10,97	2,10	0,37	2,10	6,17	100,00	17,1
Speed/Anfetaminas	82,98	5,80	2,84	0,37	0,99	7,03	100,00	18,4
Cocaína	76,33	0,99	4,69	1,11	2,71	5,18	100,00	18,4
Heroína	92,48	0,25	0,12	0,25	0,00	6,91	100,00	12,0
Inhalables	86,81	5,55	0,37	0,25	0,12	6,91	100,00	16,3
Madrid								
Tabaco	11,94	17,42	5,09	49,51	9,78	6,26	100,00	15,6
Porros	21,33	28,96	22,50	17,03	6,46	3,72	100,00	16,2
LSD/Ácidos/Tripis	75,15	13,11	1,96	0,59	2,15	7,05	100,00	16,9
Speed/Anfetaminas	79,45	6,46	4,11	0,59	1,37	8,02	100,00	18,1
Cocaína	73,78	9,98	5,68	1,17	3,52	5,87	100,00	18,3
Heroína	91,19	0,39	0,20	0,39	0,00	7,83	100,00	12,0
Inhalables	84,93	6,26	0,59	0,39	0,00	7,83	100,00	16,3
Galicia								
Tabaco	19,67	24,00	6,67	43,33	5,33	1,00	100,00	15,7
Porros	33,33	25,33	17,33	14,00	9,00	1,00	100,00	16,6
LSD/Ácidos/Tripis	83,67	7,33	2,33	0,00	2,00	4,67	100,00	17,5
Speed/Anfetaminas	89,00	4,67	0,67	0,00	0,33	5,33	100,00	19,5
Cocaína	80,67	10,00	3,00	1,00	1,33	4,00	100,00	18,7
Heroína	94,67	0,00	0,00	0,00	0,00	5,33	100,00	
Inhalables	90,00	4,33	0,00	0,00	0,33	5,33	100,00	16,4

1. TABACO

En 47,23% de los encuestados afirma fumar varias veces por semana, dentro de cuya frecuencia se encuentran los fumadores habituales, que contestaron esta opción por ser la que más se aproximaba a su frecuencia de consumo de tabaco. Un 14,8% no ha fumado nunca y un 19,85% afirma que probaron el tabaco pero que no han vuelto a fumar. Un 8,14% de los encuestados afirma haber abandonado el consumo.

Entre los que fuman la frecuencia que registra mayores porcentajes es la más habitual, varias veces por semana, lo que indica que el consumo ocasional de tabaco es menos frecuente que el consumo habitual y continuado de esta sustancia.

En Madrid es más elevado el porcentaje de fumadores habituales (49,51% frente a 43,33%), siendo al mismo tiempo menos los universitarios que esta región nunca han probado el tabaco, aunque cabe destacar que el porcentaje de universitarios que han dejado de fumar es superior también en Madrid (9,78% frente al 5,33% de Galicia).

El consumo de tabaco actualmente es mayor entre los jóvenes de mayor edad y las mujeres, quienes sólo ven superado su consumo por el de los hombres en el tramo de edad de más de 25 años.

Tabla 27. Frecuencia de consumo de tabaco por sexo y edad

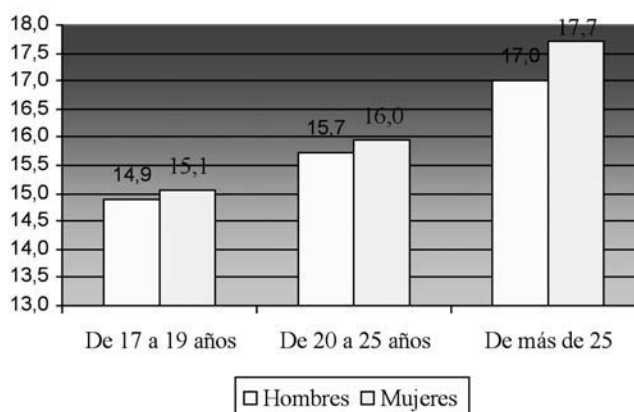
Frecuencia de consumo	Sexo		Edad			Total
	Hombres	Mujeres	17 a 19	20 a 25	Más de 25	
Nunca lo he probado	17,76	10,28	17,87	13,41	12,20	14,80
Lo probé pocas veces pero nunca más	22,65	15,58	23,95	18,15	14,63	19,85
Menos de una vez por semana	4,90	6,85	2,66	7,10	7,32	5,67
Una o más veces por semana	41,22	56,39	46,01	47,14	56,10	47,23
Antes sí consumía, pero ahora no	9,39	6,23	6,84	8,88	7,32	8,14
No contesta	4,08	4,67	2,66	5,33	2,44	4,32
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

El menor índice de consumo se registra en los hombres más jóvenes, de 17 a 19 años, grupo en el que un 23,5% no ha fumado nunca y un 24,8% lo han probado pero no han vuelto a fumar. Por el contrario, el grupo de mayor consumo son las mujeres de 20 a 25 años, donde el 57,7% afirma consumir una o más veces por semana.

La edad media de inicio en el consumo del tabaco es de 15,6 años. Por sexos no existe una diferencia significativa (15,6 años en hombres y 15,7 en mujeres). Sin embargo, al analizar la edad de inicio al consumo de los fumadores en función de su edad actual observamos que la edad de inicio de consumo de tabaco ha bajado (igual que ocurre con la del alcohol), pasando de los 17,3 años (entre los que actualmente tienen más de 25 años) a los 15 años (edad en la que empezaron a fumar los que actual-

mente tienen entre 17 y 19 años). Al mismo tiempo que disminuye la edad de inicio, se reduce la diferencia entre hombres y mujeres.

Gráfico 6. Edad media de inicio al consumo de tabaco por sexo y edad actual



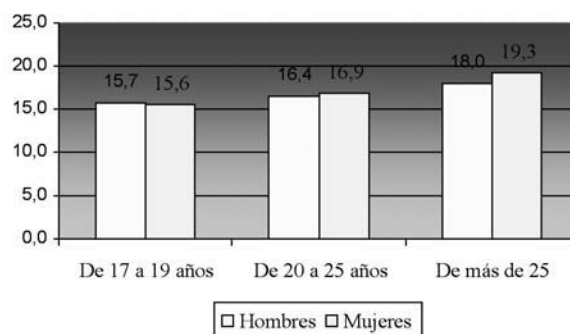
2. PORROS

El hachís y/o la marihuana son las sustancias ilegales más consumidas por los jóvenes universitarios, en forma de “porros”. Si bien su consumo es sensiblemente inferior al de las “drogas legales” tan solo un 25,77% de los encuestados afirma no haber probado nunca un porro.

Un 20,59% de los encuestados afirma fumar porros menos de una vez por semana, seguido del 15,91% que lo hace varias veces por semana. Podemos decir por tanto que un 36,5% de los encuestados consume porros de manera habitual, con mayor o menor frecuencia. La suma de ambas frecuencia de consumo es superior en el caso de Madrid (39,53% frente al 31,33% de Galicia).

Los universitarios se iniciaron en este consumo a los 16,4 años por término medio, siendo la edad de inicio ligeramente superior en el caso de las mujeres (16,5 años frente a los 16,3 años de los hombres). Como ocurriera en el caso del tabaco, la edad de inicio de consumo de porros ha bajado en los últimos años, pasando de los 18,3 años a los que empezaron los que actualmente son mayores de 25 años; a los 15,6 años, edad media a la que consumieron por primera vez los que tienen entre 17 y 19 años, reduciéndose al mismo tiempo la diferencia entre hombres y mujeres.

Gráfico 7. Edad media de inicio al consumo de “porros” por sexo y edad



Como muestra la tabla adjunta, el consumo de esta sustancia es superior en hombres que en mujeres. Mientras las respuestas “nunca lo he probado” y “lo probé pocas veces pero nunca más” suponen el 64,49% del total de las mujeres; en el caso de los hombres, estas respuestas suponen tan solo el 46,12%.

Por intervalos de edad, comprobamos que son los hombres mayores de 25 años, seguidos de los de 17 a 19 años son los grupos que mayor porcentaje realizan un consumo habitual de la sustancia (41,46% y 37,26%), y también los que en mayor proporción no la han probado o la han probado pero sólo unas pocas veces (56,10% y 52,51%). El consumo de los jóvenes de entre 20 y 25 años es un poco menor pero no se distancia mucho del de los más jóvenes.

Conforme se va incrementando la edad de los encuestados el consumo de porros disminuye su frecuencia, siendo los más jóvenes los que realizan en mayor proporción un consumo más habitual.

Tabla 28. Frecuencia de consumo de porros por sexo y edad

Frecuencia de consumo	Sexo		Edad			Total
	Hombres	Mujeres	17 a 19	20 a 25	Más de 25	
Nunca lo he probado	24,29	28,04	28,90	24,26	24,39	25,77
Lo probé pocas veces pero nunca más	21,84	36,45	26,62	27,81	31,71	27,62
Menos de una vez por semana	21,43	19,31	19,01	20,91	26,83	20,59
Una o más veces por semana	21,43	7,48	18,25	14,79	14,63	15,91
Antes sí consumía, pero ahora no	7,96	6,54	4,94	9,07	2,44	7,40
No contesta	3,06	2,18	2,28	3,16	0,00	2,71
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Entre los más jóvenes, las chicas presentan un mayor porcentaje de prueba de la sustancia, siendo los chicos quienes en mayor proporción la consumen de modo más o menos habitual.

3. LSD / ÁCIDOS / TRIPIS

El 2,47% de los universitarios consume LSD/ácidos/tripis, manteniendo la mayoría de los consumidores una frecuencia de consumo inferior a la semanal: un 2,1% de los encuestados reconoce consumir con una frecuencia inferior a la semanal y un 0,37% reconoce hacerlo varias veces por semana.

Regionalmente no se aprecia diferencia significativa en el consumo, si bien éste se realiza de modo más frecuente en Madrid.

Tanto la prueba como el consumo de estas sustancias es superior entre los hombres que entre las mujeres, tal como muestran los datos de la tabla 29.

La prueba de estas sustancias va disminuyendo con el tiempo, existiendo una clara diferencia entre los universitarios de más de 25 años que nunca las han probado y los de entre 17 y 19 años que no lo han hecho.

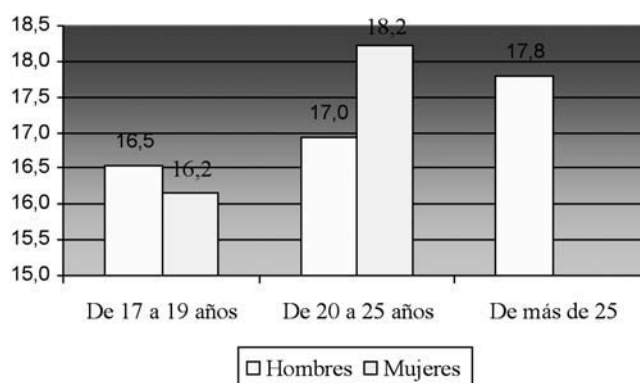
Si bien actualmente no existe consumo entre los mayores de 25 años, si tenemos en cuenta el porcentaje de aquellos que han abandonado el consumo, vemos que son los más mayores los que en mayor porcentaje han consumido LSD / ácidos / tripis, consumo que va abandonándose con el aumento de edad.

Tabla 29. Frecuencia de consumo de LSD / ácidos / tripis por sexo y edad

Frecuencia de consumo	Sexo		Edad			Total
	Hombres	Mujeres	17 a 19	20 a 25	Más de 25	
Nunca lo he probado	72,45	87,23	79,85	77,91	73,17	78,30
Lo probé pocas veces pero nunca más	13,06	7,79	8,37	11,83	17,07	10,97
Menos de una vez por semana	3,06	0,62	2,66	1,97	0,00	2,10
Una o más veces por semana	0,61	0,00	0,00	0,59	0,00	0,37
Antes sí consumía, pero ahora no	3,06	0,62	1,90	1,97	4,88	2,10
No contesta	7,76	3,74	7,22	5,72	4,88	6,17
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

La edad media de inicio en el consumo de LSD/ácidos/tripis es de 17,1 años, edad que va reduciéndose con el tiempo igual que en el caso de las anteriores sustancias. Del mismo modo, también en este caso la edad de inicio de los hombres es más temprana que la de las mujeres, si bien las diferencia disminuye con la edad, llegando en este caso a iniciarse antes las mujeres de entre 17 y 19 años que los hombres de esta edad, si bien la diferencia es pequeña.

Gráfico 8. Edad media de inicio al consumo de LSD/ácidos/tripi por sexo y edad



4. SPEED/ANFETAMINAS

Un 2,84% de los encuestados afirma consumir este tipo de sustancias menos de una vez por semana, y un 0,37% dice consumirlas varias veces por semana. En el caso de Madrid este consumo es muy superior al que se produce entre los universitarios de Galicia (4,11% y 0,59% frente a 0,67% y 0%).

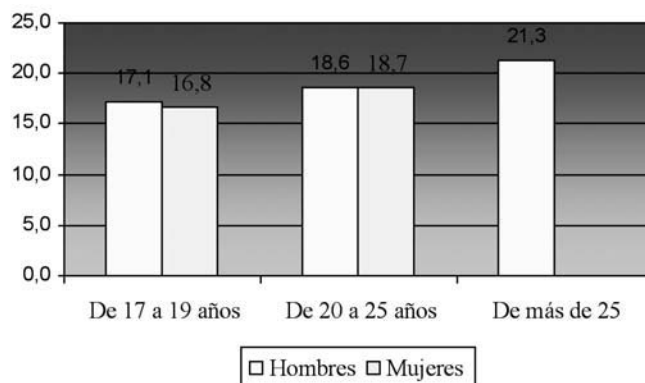
Tabla 30. Frecuencia de consumo de speed / anfetaminas por sexo y edad

Frecuencia de consumo	Sexo		Edad			Total
	Hombres	Mujeres	17 a 19	20 a 25	Más de 25	
Nunca lo he probado	78,16	90,34	86,69	81,07	82,93	82,98
Lo probé pocas veces pero nunca más	6,53	4,67	2,66	7,50	4,88	5,80
Menos de una vez por semana	4,29	0,62	2,66	2,96	2,44	2,84
Una o más veces por semana	0,61	0,00	0,00	0,59	0,00	0,37
Antes sí consumía, pero ahora no	1,22	0,62	0,38	0,99	4,88	0,99
No contesta	9,18	3,74	7,60	6,90	4,88	7,03
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Son nuevamente las mujeres las que contestan en mayor porcentaje que nunca han probado este tipo de sustancia, y su consumo reduciéndose su consumo a porcentajes por debajo del 1% entre aquéllas que tienen entre 17 y 25 años y no existiendo entre las mayores de 25 años.

Del mismo modo que ocurre con el consumo de LSD / ácidos / tripis, si tenemos en cuenta el porcentaje de aquéllos que han abandonado el consumo, vemos que son los más mayores los que en mayor porcentaje han consumido speed o anfetaminas, consumo que va abandonándose con el aumento de edad. En este sentido, el porcentaje de jóvenes que consumen o han consumido estas sustancias va disminuyendo.

Gráfico 9. Edad media de inicio al consumo de speed/anfetaminas por sexo y edad actual



La edad media de inicio de consumo de speed/anfetaminas es de 18,4 años, produciéndose por término medio antes el inicio de las mujeres (18,1 años) que el de los hombres (18,5).

Igual que venimos constatando respecto de todas las sustancias estudiadas, la edad de inicio desciende en función de la edad actual.

5. COCAÍNA

El 5,8% de los encuestados consumen cocaína. De este porcentaje un 4,69% lo hace con una frecuencia de menos de una vez por semana y el restante 1,11% afirma consumir varias veces por semana. El porcentaje de consumidores en Madrid se eleva al 6,85% mientras que en Galicia se reduce al 4%. Los porcentajes de consumo y prueba entre las mujeres son claramente inferiores a los de los hombres.

Tabla 31. Frecuencia de consumo de cocaína por sexo y edad

Frecuencia de consumo	Sexo		Edad			Total
	Hombres	Mujeres	17 a 19	20 a 25	Más de 25	
Nunca lo he probado	70,20	85,67	79,85	74,16	80,49	76,33
Lo probé pocas veces pero nunca más	11,84	7,17	7,60	11,64	4,88	9,99
Menos de una vez por semana	6,94	1,25	3,04	5,72	2,44	4,69
Una o más veces por semana	1,43	0,62	0,38	1,58	0,00	1,11
Antes sí consumía, pero ahora no	3,27	1,87	2,66	2,37	7,32	2,71
No contesta	6,33	3,43	6,46	4,54	4,88	5,18
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

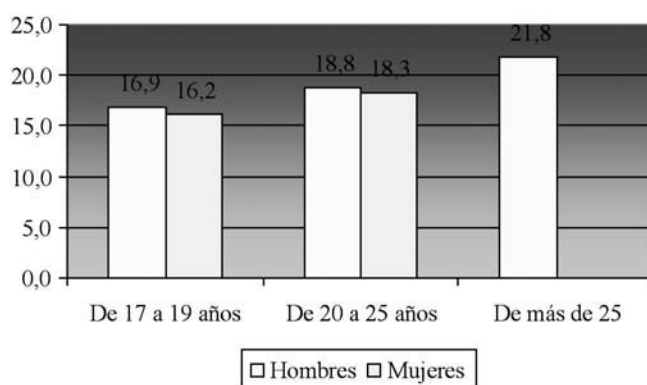
Si bien el porcentaje de mayores de 25 años que nunca han probado la cocaína es más elevado que el de los restantes grupos de edad, son los que más han consumido esta sustancia (9,76%), aunque no lo hagan en la actualidad, ya que su tasa de abandono es también la más alta, seguidos de los universitarios de entre 20 y 25 años (9,66%).

Actualmente, el 7,3% de los jóvenes entre 20 y 25 años mantienen un consumo más o menos frecuente, seguidos del 3,42% de los encuestados entre 17 y 19 años y del 2,44% de los mayores de 25 años.

Por lo que respecta a la edad de inicio, la cocaína comienza a consumirse por término medio a los 18,4 años, destacando el inicio más temprano al consumo de las mujeres (17,8 años frente a 18,6 años).

Confirmando la tendencia ya observada con el consumo de otras drogas, la edad de inicio disminuye según desciende la edad actual de los encuestados.

Gráfico 10. Edad media de inicio al consumo de cocaína por sexo y edad



6. HEROÍNA

Se observa un consumo de heroína del 0,3% entre los universitarios encuestados, concentrado a la localidad de Madrid, ya que ningún gallego ha mencionado consumo alguno. Un 0,1% consume menos de una vez por semana y un 0,2% consume varias veces por semana.

La heroína es considerada como la droga más adictiva, y en este sentido debemos destacar que no se ha detectado ningún caso de abandono del consumo y tan sólo un 0,25% de encuestados han afirmado haber probado en alguna ocasión la heroína, pero no haberla consumido. Estos encuestados son hombres de 20 a 25 años.

El consumo reflejado por la encuesta corresponde en su totalidad a hombres de entre 17 y 25 años. Sin embargo, los datos respecto de esta sustancia no son representativos debido al reducido número de consumidores

La edad media de inicio no es representativa, 12 años, dado que de los cuatro encuestados del total de 811 que afirman haber consumido o consumir actualmente heroína, sólo uno de ellos indica la edad de inicio.

7. INHALABLES

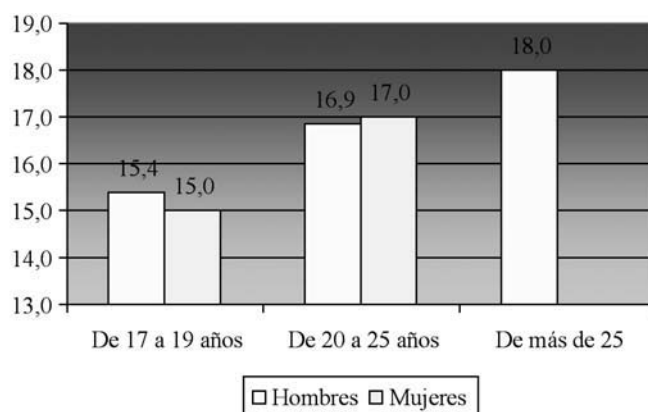
Las inhalables son, después de la heroína, las sustancias menos consumidas por los universitarios. El total de encuestados que reconoce consumir actualmente alguna de estas sustancias lo hace en Madrid. Un 0,4% afirma consumir inhalables menos de una vez por semana y un 0,2% una o dos veces por semana.

Del mismo modo que en el caso de la heroína, los datos respecto de esta sustancia no son representativos debido al reducido número de encuestados que reconocen haber probado o consumido inhalables. Sin embargo, mencionar que todos los que reconocen haber consumido estas sustancias son hombres y menores de 26 años. Actualmente reconoce consumir el 0,76% de los jóvenes entre 17 y 19 años y el 0,59% de los encuestados entre 20 y 25 años, si bien en este intervalo de edad existe también un 0,20% de universitarios que consumieron en el pasado.

La edad media de inicio de aquellos que consumen o han consumido en alguna ocasión inhalables es de 16,3 años, sin apenas diferencia entre hombres y mujeres, ellos a los 16,3 años y ellas a los 16,4 años.

Como ya se percibiera en el consumo de otras sustancias, los más jóvenes han consumido inhalables a edades más tempranas que los más mayores. Mientras los que actualmente son mayores de 25 años consumieron por primera vez inhalables a los 18 años, los de 20 a 25 años lo hicieron a los 16,9 años y los jóvenes de 17 a 19 años a los 15,3 años.

Gráfico 11. Edad media de inicio al consumo de inhalables por sexo y edad



VIII. CONCLUSIONES (Universitarios Madrid y Galicia, 2001)

- Se ha podido comprobar que el hábito del consumo de alcohol, junto con el del tabaco e incluso en mayor medida que éste, representa un fermento de actitudes proclives a la adicción que propician el comportamiento de abuso hacia las drogas por parte de los jóvenes estudiantes y universitarios.
- Por otra parte, la edad de inicio en el consumo de alcohol es cada vez más reducida, situándose en el caso de los universitarios en torno a los 14 años. Esta reducción en la edad de inicio se produce también en las restantes sustancias legales e ilegales.
- Se ha comprobado también que en torno al 50% de los jóvenes universitarios reconoce beber alcohol dentro de los recintos universitario (bares, cafeterías, etc.). Este consumo se realiza con mayor intensidad en Madrid.
- El consumo de alcohol en recintos universitarios se produce fundamentalmente en las franjas horarias del mediodía y la tarde, aumentando los jueves y viernes, esto es, en fechas previas al fin de semana.
- La ingestión se realiza con alcohol expedido dentro de la propia universidad, sobre todo en Madrid, cuyas Facultades y Escuelas están algo retiradas del entorno urbano (bares, pubs, etc.); siendo incluso un elevado grupo de estudiantes (11%) el que compra el alcohol en las cafeterías universitarias por su bajo coste, para llevarlo a consumir a otro sitio. También se compra alcohol fuera del recinto universitario, consumiéndose en este caso en lugares pertenecientes a los campus universitarios pero no dentro de Facultades o Escuelas.
- Si bien el consumo de bebidas alcohólicas dentro de los recintos universitarios es menor que durante los fines de semana, hay una excepción: las fiestas, cada vez más frecuentes, durante las cuales la ingestión aumenta de modo desproporcionado, superando incluso el producido durante los fines de semana.
- Son los varones los que más problemas padecen derivados de la ingesta de alcohol, si bien las mujeres les superan en las franjas más elevadas de edad.
- Los jóvenes no son capaces de aportar soluciones válidas para la prevención de la ingestión de alcohol. Sin embargo, hay que destacar que cada vez hay una mayor concienciación en no utilizar el coche particular cuando se van a consumir bebidas alcohólicas.

- Se ha podido observar que los precios del alcohol vendido a los estudiantes dentro de los recintos universitarios son mucho más reducidos que en los establecimientos de la calle, lo cual significa que la venta de alcohol dentro de los recintos universitarios está en cierta medida subvencionada. El sistema de subvención de los bares, cafeterías y comedores universitarios consiste en sacar a concurso por una cantidad anual las contrataciones de dichos servicios, y dichas contrataciones tienen la ventaja de que la inversión en locales y maquinaria corresponde a la Universidad, que a cambio de dicha ventaja impone unos precios asequibles para los estudiantes.