



ORIGINAL

Motivaciones para el consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: análisis de grupos de discusión

Anna Sánchez-Aragón^{a,*}, Francesc Valls-Fonayet^b, Inma Pastor-Gosálbez^a, Claudia María Anleu-Hernández^c y Angel Belzunegui-Eraso^a

^a Social & Business Research Laboratory (SBRLab), Universidad Rovira i Virgili, Tarragona, España

^b Grup de Recerca en Infermeria Avançada, Universidad Rovira i Virgili, Tarragona, España

^c Medical Anthropology Research Center, Universidad Rovira i Virgili, Tarragona, España

Recibido el 7 de diciembre de 2023; aceptado el 4 de marzo de 2024

Disponible en Internet el 10 de abril de 2024



PALABRAS CLAVE

Alcohol;
Adolescentes;
Motivación;
Género;
Grupo de discusión;
Análisis cualitativo

Resumen

Objetivo: Conocer las motivaciones de los adolescentes para el consumo de alcohol.

Diseño: Metodología cualitativa con grupos de discusión.

Participantes y contexto: Participaron 131 adolescentes (15-17 años) escolarizados en nueve institutos de Tarragona (España).

Método: Estrategia de codificación sistemática, adaptada a los grupos de discusión. Se seleccionaron centros educativos a través de un muestreo intencional estratificado por niveles educativos (criterio de segmentación) y titularidad del centro (pública o privada). Los participantes de los grupos fueron seleccionados aleatoriamente dentro de los niveles educativos. El análisis de contenido se realizó siguiendo una estrategia de codificación abierta y flexible.

Resultados: Se identifican motivaciones para consumir alcohol que giran en torno a seis dimensiones fundamentales: a) búsqueda de diversión y nuevas sensaciones, b) reducción del malestar, c) consumo por contagio social y presión de grupo, c) consumo como rito de iniciación en la vida adulta, d) disponibilidad ambiental del alcohol, y e) baja percepción de riesgo. Estos motivos variaron según el sexo del adolescente. En las chicas, la conducta de beber apareció relacionada con la superación de estados emocionales negativos, mientras que para los chicos primó la pertenencia al grupo de iguales: beber refuerza la masculinidad hegemónica y garantiza la complicidad entre pares. Los adolescentes consideraron que la información que reciben desde los centros educativos es suficiente, pero no motiva al cambio.

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: annamaria.sanchez@urv.cat (A. Sánchez-Aragón).

Conclusiones: Las estrategias de salud pública focalizadas en la prevención de consumo de alcohol en adolescentes deben incorporar sus motivaciones para lograr una mayor eficiencia, prestando debida atención a las variables sexo/género.

© 2024 Los Autores. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

KEYWORDS

Alcohol;
Adolescents;
Motivation;
Gender;
Focus group;
Qualitative analysis

Motivations for alcohol consumption in schooled adolescents: analysis of discussion groups

Abstract

Objective: To find out the motivations of adolescents for alcohol consumption.

Design: Qualitative methodology with discussion groups.

Participants and context: 131 adolescents (15-17 years old) enrolled in nine schools in Tarragona (Spain).

Method: Systematic coding strategy, adapted to focus groups. Educational centers were selected through a stratified purposive sampling by educational levels (segmentation criterion) and ownership of the center (public or private). Participants within the educational levels were randomly selected for the groups. Content analysis was conducted using an open and flexible coding strategy.

Results: Motivations for alcohol consumption were identified, revolving around six fundamental dimensions: a) seeking fun and new sensations, b) alleviating discomfort, c) consumption due to social contagion and group pressure, d) consumption as a rite of passage into adulthood, e) environmental availability of alcohol, and f) low perception of risk. This motivation varied according to the adolescent's gender. In girls, drinking behavior appeared related to overcoming negative emotional states, while for boys, belonging to the peer group took precedence: drinking reinforces hegemonic masculinity and ensures complicity among peers. Adolescents considered that the information they receive from educational centers is sufficient, but it does not motivate change.

Conclusions: Public health strategies focused on preventing alcohol consumption in adolescents should incorporate their motivations to achieve greater efficiency, paying due attention to sex/gender variables.

© 2024 The Authors. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Introducción

Los adolescentes constituyen un subgrupo de población de especial riesgo por la alta prevalencia de consumo de alcohol. Datos recientes apuntan que en España la edad media de inicio se sitúa en los 14 años, el 27,8% de las chicas y el 28,6% de los chicos de entre 14 y 18 años hizo *binge drinking* (consumo de alcohol en atracón) en el último mes; y los menores pueden adquirir bebidas alcohólicas con mucha facilidad¹. Uno de los objetivos prioritarios en salud pública consiste en prevenir el consumo de esta sustancia en adolescentes y retrasar la edad de inicio². Con esta meta, en los últimos años, se han diseñado y llevado a cabo diversas estrategias preventivas³, cuya eficacia han puesto en duda adolescentes y expertos⁴. A la hora de aportar soluciones, algunas voces apuntan a la necesidad de estudiar en profundidad la vida recreativa de los jóvenes e integrar el contexto de ocio en los objetivos de la prevención del uso y abuso de drogas^{5,6} por lo que las motivaciones para beber han de ser tenidas en cuenta por las Administraciones^{7,8}.

La investigación ha identificado una serie de motivos para beber alcohol, entre los que se encuentran: divertirse y pasar un buen rato¹; aumentar la confianza en situaciones

sociales, lo que mejora la posición dentro del grupo de amigos⁹; evitar el rechazo¹⁰ y aliviar emociones negativas¹¹. Debido a que el consumo de esta sustancia, aun habiendo disminuido ligeramente en los últimos años, es una práctica habitual y consolidada entre la población juvenil, se considera necesario continuar indagando en este ámbito.

El objetivo primordial de este trabajo es profundizar en las principales motivaciones que llevan a los adolescentes a consumir alcohol, a través de sus propios discursos en grupos de discusión semidirigidos.

Métodos

Se utilizó un diseño cualitativo mediante grupos de discusión, siendo esta una técnica adecuada para conocer las opiniones, las percepciones y los discursos de los participantes. El estudio es de tipo exploratorio con el objetivo de identificar las motivaciones de los adolescentes para el consumo de alcohol.

El trabajo de campo se realizó entre marzo y junio de 2023 a través de 12 grupos de discusión, con una duración media de 43 minutos y un total de 131 adolescentes, cuyas

Tabla 1 Características principales y número de participantes en cada grupo de discusión

Nivel educativo	Titularidad (pública/privada)	Fecha	Número de participan- tes	Duración (min)	Edad media (años)	Mujeres
4.º ESO	Centro privado concertado	06/03/2023	10	41	15,2	40%
Ciclo formativo	Centro privado concertado	30/03/2023	14	50	16,5	100%
4.º ESO	Centro privado concertado	13/04/2023	12	37	15,6	58%
4.º ESO y 1.º Bach.	Instituto público	28/04/2023	12	39	16	58%
Ciclo formativo	Instituto público	04/05/2023	9	48	16,4	67%
1.º Bach.	Centro privado concertado	04/05/2023	11	40	16,5	64%
1.º Bach.	Centro privado concertado	11/05/2023	12	42	16,3	67%
4.º ESO y 1.º Bach.	Instituto público	12/05/2023	9	46	16	44%
4.º ESO	Centro privado concertado	31/05/2023	12	43	15,3	42%
4.º ESO	Centro privado concertado	02/06/2023	12	39	15,5	75%
Ciclo formativo y 1.º Bach.	Centro privado concertado	02/06/2023	13	48	16,7	84%
4.º ESO	Centro privado concertado	14/06/2023	5	45	15,4	60%

ESO: Educación Secundaria Obligatoria; Bach.: Bachillerato.

características se presentan en la [tabla 1](#). En primer lugar, se seleccionaron los centros educativos a través de un muestreo intencional estratificado por niveles de enseñanza (criterio de segmentación) y titularidad del centro (pública o privada). En segundo lugar, la selección de los participantes fue efectuada por los/las tutores/as de cada nivel educativo que actuaron como reclutadores. Esta selección última de las personas participantes fue aleatoria teniendo en cuenta los criterios de inclusión: sexo, edad y grupo escolar.

Los sujetos de estudio fueron adolescentes de entre 15 y 17 años escolarizados en nueve institutos de educación secundaria de Tarragona (España). Todos los grupos se llevaron a cabo en las bibliotecas de los respectivos centros educativos, espacio acordado previamente con los/las tutores/as. En cada uno se organizó a los adolescentes en forma de círculo, herradura o cuadrado, con el fin de que todos pudieran comunicarse fácilmente entre sí y para controlar que no se establecieran posiciones dominantes en el grupo. Las sesiones contaron con un equipo de dos moderadoras no pertenecientes al entorno educativo y se desarrollaron sin la presencia del profesorado ni tampoco de los responsables del centro, con el propósito de evitar el sesgo de deseabilidad social. Para la obtención de información se siguió el formato de guion semiestructurado, el mismo en todos los grupos ([tabla 2](#)). Cada sesión fue grabada en audio y transcrita textualmente para su posterior análisis. El estudio fue aprobado por el Comité de Ética de la Universidad Rovira i Virgili (CEIPSA-2021-PDR-39). Se les explicó a los adolescentes la naturaleza y propósito del estudio y firmaron un consentimiento informado para su participación en el que

Tabla 2 Temáticas abordadas en los grupos de discusión

- Motivaciones para beber
 - Accesibilidad y estrategias para comprar alcohol
 - Lugares donde se consigue esta sustancia
 - Riesgo percibido ante el consumo esporádico (una vez al mes o menos) de alcohol y ante el consumo habitual
 - Vías de información sobre sustancias psicoactivas

se garantizaba la confidencialidad y difusión anónima de los datos.

El análisis de contenido se realizó incorporando la perspectiva de género, desagregando los resultados para chicos y chicas, ya que estudios previos han hallado diferencias por sexo^{7,12,13}. Este se llevó a cabo siguiendo una estrategia de codificación abierta y flexible, adaptada a los grupos de discusión, según el procedimiento propuesto por Deterding et al.¹⁴. Durante este proceso, se utilizó el software Atlas.ti, que permite segmentar texto, codificar, escribir memos o dibujar diagramas de apoyo. La codificación abierta se realizó mediante la lectura y revisión cuidadosa de los grupos de discusión, lo que llevó a agrupar códigos y crear categorías. Como norma, se comenzó con una transcripción completa de la sesión y se continuó con el análisis del texto, línea a línea, a fin de identificar términos clave, valorar la saturación de la información y aplicar los indicadores de calidad del proceso (adecuación del contenido de las reuniones a los objetivos del estudio; participación de todos los adolescentes del grupo; intervenciones apropiadas y registro correcto

por parte de las moderadoras). El segundo paso dentro de este proceso fue clasificar los códigos en ejes temáticos, en lo que se denomina codificación axial. Finalmente, del análisis e interpretación emergieron seis categorías analíticas, consensuadas entre los miembros del equipo, las cuales se exponen a continuación.

Resultados

La información recogida se presenta organizada en seis categorías surgidas del análisis de las transcripciones. Las referencias al discurso de los participantes, señaladas con un número entre paréntesis, se encuentran en la [tabla 3](#).

Búsqueda de diversión y nuevas sensaciones

El alcohol induce un estado psicológicamente placentero (euforia, desinhibición, ausencia de malestar, etc.), por lo que los adolescentes tienden a repetir el consumo (1, 2, 3). Para ellos, los efectos de una dosis moderada de alcohol sobre el organismo son: bienestar, buen humor, autoconfianza, plenitud y alivio de tensiones. Tales sensaciones, que se prolongan hasta que sobreviene la ebriedad, provocan en el individuo un estado de relajación que le permite actuar de forma desinhibida (4). La desinhibición que produce el alcohol facilita la superación del miedo (5) y, especialmente en el caso de las personas tímidas, la relación social (6, 7, 8, 9).

Las referencias al consumo del alcohol por el disfrute del sabor de la sustancia aparecieron en escasas ocasiones en los discursos de los adolescentes (10), siendo en cambio generalizadas las argumentaciones que apuntan a las dimensiones psicosociales, como la obtención de gratificaciones inmediatas: se facilita la expresión del sentido del humor (11, 12) e incluso los problemas de la vida diaria parecen más pequeños y superables (13).

Consumo como antídoto del malestar emocional

El alcohol también fue descrito como un medio para enfrentar situaciones difíciles, disipar la ansiedad y soportar fracasos (14), por ejemplo, una ruptura amorosa (15). El consumo de esta sustancia como estrategia de afrontamiento para superar las tensiones de la vida cotidiana fue más frecuente entre las chicas, las cuales refirieron mayor malestar emocional que sus homólogos masculinos (16, 17). Algunos síntomas fueron agotamiento mental, ansiedad y ganas de llorar repentinamente (18).

Consumo por contagio social y presión de grupo

Los amigos desempeñan un papel crucial en el inicio o la continuación del consumo de alcohol. La capacidad de adaptarse a un grupo de pares es más efectiva cuando se comparten patrones de consumo similares (19). Esto no solo mejora la integración social en ese entorno específico o microsistema, sino que también ayuda a evitar el rechazo (20). El estigma de ser abstemio afecta a los chicos (21, 22), cuya pertenencia al grupo se ve amenazada por no responder al modelo hegemónico de masculinidad (23), y a las

chicas, severamente criticadas por no desafiar las nociones tradicionales de feminidad (24, 25).

Durante la adolescencia, con frecuencia en los momentos de ocio nocturno, se dan procesos de presión de grupo para el consumo de alcohol (26). Esta presión colectiva, más o menos sutil (27, 28), puede motivar la primera toma de contacto con esta sustancia (29, 30).

Consumo como rito de paso

El consumo de bebidas alcohólicas se acepta como una actividad social normalizada, que suele iniciarse al principio de los estudios de educación secundaria. El primer consumo es valorado como un rito de paso a una nueva etapa (31). Es una experiencia por la que hay que pasar, integrada en el desarrollo del adolescente (32).

Factores ambientales: disponibilidad y fácil acceso

Pese a ser ilegal, la adquisición de alcohol por parte de menores de edad fue vista como un aspecto habitual, sin barreras o dificultades acordes a su prohibición (33). Los lugares más recurrentes entre los adolescentes para adquirir bebidas alcohólicas son los colmados y las tiendas de barrio (34), donde sería menos habitual que se les exigiera mostrar el documento nacional de identidad (DNI) u otro documento de identificación (35). Algunos jóvenes consiguen/compran el alcohol directamente, pero también hay quienes optan por hacerlo a través de otras personas de 18 años o mayores (36, 37).

Adicción y percepción de riesgo

Los adolescentes consideraron el alcohol como una «droga blanda». Si bien sí se identificó su relación con determinados tipos de enfermedades, como las hepáticas y renales (38), este vínculo se restringió a los casos de consumo crónico o continuado (39, 40, 41). En general, no perciben los posibles daños a medio-largo plazo (42), ni tampoco los de tipo neurológico, y sobreestiman la gratificación inmediata (43). Creen que el alcohol es menos adictivo que otras sustancias (44, 45) y aseguraron que la ingesta excesiva de bebidas alcohólicas en la adolescencia se atempera en la vida adulta, en la medida en que la persona se incorpora a un trabajo estable y asume unas responsabilidades familiares (46).

Consideran que la información que reciben desde los centros educativos es suficiente. Sin embargo, esta no motiva al cambio y, a veces, provoca el efecto contrario: reafirmar la convicción del adolescente hacia el consumo (47, 48, 49). El alumnado aseguró que las charlas de sensibilización resultan ineficaces (50, 51), debido fundamentalmente a la tendencia al dramatismo en los mensajes (52, 53), que les otorga una apariencia irreal (54, 55).

Discusión

La iniciación en el consumo de alcohol se produce generalmente durante la adolescencia, como algo característico y normativo de esta etapa, ligado al proceso de adquisición

Tabla 3 Citas textuales (*verbatim*) para cada categoría**Búsqueda de diversión y nuevas sensaciones**

1. Con el alcohol todo es más divertido. (4.º ESO, instituto público, 16 años, mujer)
2. Si no bebes, no te lo pasas bien. (4.º ESO, centro privado concertado, 16 años, hombre)
3. Si no bebo, yo me muero de aburrimiento toda la noche. (1.º Bachillerato, centro privado concertado, 16 años, hombre)
4. Te atreves a hacer cosas que nunca harías. (4.º ESO, centro privado concertado, 16 años, mujer)
5. Pierdes el miedo. (4.º ESO, centro privado concertado, 16 años, mujer)
6. Cuando hay mucha gente, me siento incómoda todo el rato, pero si bebo alcohol, dejo de estarlo. (4.º ESO, centro privado concertado, 16 años, mujer)
7. Te sueltas más, no estás tan cerrada. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)
8. Yo cuando bebo, ni que sea un cubata o dos, me suelto más. Me vuelvo más sociable. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 16 años, mujer)
9. Cuando bebes, sueles perder la vergüenza. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)
10. Yo bebo porque me gusta. Yo voy a un bar y me pido una caña o un champú y está buena. O un calimocho: te lo bebes y está bueno. El sabor a mí me gusta. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)
11. A mí me hace reír mucho. (1.º Bachillerato, centro privado concertado, 16 años, mujer)
12. El alcohol te hace vivir más intensas las sensaciones. Por ejemplo, si te pasa algo gracioso, te hará reír mucho más. [...] La gente joven queremos eso: reírnos, pasarlo bien y dejar de pensar en los problemas. (4.º ESO, centro privado concertado, 16 años, mujer)
13. Si te encuentras mal, no sé [...] luego, bebes un cubata o dos y ves las cosas con mejores ojos. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)

Consumo como antídoto del malestar emocional

14. Hay días que estás mal y piensas: me voy a emborrachar para olvidarlo todo. (4.º ESO, instituto público, 16 años, mujer)
15. Cuando te rompen el corazón, beber es lo mejor. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)
16. Estoy agotada [...] Noto que voy con mucho peso encima, ya sea por cosas personales, laborales o de estudios [...] Es un peso que llevo día tras día y, a veces, llega un punto en el que aparece ya la ansiedad. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 16 años, mujer)
17. El cansancio que siento es emocional. En plan, que dices: «no puedo más». (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer).
18. A veces, estás tranquila en el sofá y te pones a llorar; o notas que te empieza a dar un ataque de ansiedad en el autobús. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)

Consumo por contagio social y presión de grupo

19. Ves que todos comienzan a beber, a acelerarse y, claro, tú estás en tus facultades. Ves que ellos se lo pasan bien y ya empiezas a beber. (4.º ESO, instituto privado concertado, 15 años, mujer)
20. Si estás con un grupo y, excepto tú, todos beben, notas que te miran. Ponen los ojos en ti porque eres el raro que no toma alcohol. (1.º Bachillerato, instituto público, 16 años, hombre)
21. Si no bebes, eres el rarito que no bebe y, a veces, te presionan para que bebas. (1.º Bachillerato, instituto público, 17 años, hombre)
22. Si sales de fiesta y no bebes, eres un pringado. (4.º ESO, instituto público, 17 años, hombre)
23. Si alguien [un chico] no quiere beber, le llamas de broma «maricón». (4.º ESO, instituto privado concertado, 15 años, hombre)
24. Hay personas que te dicen: «mira, la buena», «la santita». (1.º Bachillerato, instituto privado concertado, 17 años, mujer)
25. Hay quien te pone la etiqueta de «buena», la que no sale de fiesta, y te mira por encima del hombro. (1.º Bachillerato, instituto privado concertado, 17 años, mujer)
26. Si sueles beber y un día no lo haces, te preguntan: «¿Por qué no bebes?, ¿por qué lo otro?». Y eso sí que es un poco de presión. Si no bebes un día, te dicen: «¿Qué te pasa?, ¿por qué no estás bebiendo?» (4.º ESO, instituto público, 16 años, mujer)
27. Si vas con un grupo de amigos y ves que todo el mundo bebe y tú no, aunque te tire un poco para atrás, acabas bebiendo. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, mujer)
28. Siempre hay esa persona que te dice: «bebe un poco, ni que sea». (4.º ESO, instituto público, 16 años, mujer)
29. Yo empecé a beber por presión. (4.º ESO, instituto público, 16 años, mujer)
30. Están los amigos allí. Todos beben, tú no. Pues, lo pruebas. (4.º ESO, centro privado concertado, 16 años, mujer)

Consumo como rito de paso

31. La primera vez que bebes o fumas lo haces porque [...] es como dar paso a una nueva etapa. (1.º Bachillerato, centro privado concertado, 16 años, mujer)
32. Bebimos, no sé, para hacer algo. [...] Una cosa nueva. Nos sentíamos grandes y pues eso. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)

Factores ambientales: disponibilidad y fácil acceso

Tabla 3 (*continuación*)

33. Es bastante fácil conseguir alcohol. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)
34. En un supermercado igual no te lo venden, pero en un paquistaní sí. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, mujer)
35. Te ponen carteles de «prohibida la venta de alcohol a menores de 18 años», pero si vas a un chino o lo que sea y dices: «tengo 18», te lo venden. A veces, ni siquiera te lo preguntan. Ponen el cartel por si viene algún inspector o algo, pero de vender, venden. (Ciclo formativo, instituto público, 17 años, hombre)
36. Se lo pides a un amigo más mayor o a un hermano. Yo se lo pido a mi hermana. (1.º Bachillerato, instituto público, 16 años, hombre)
37. Tengo una amiga que fue al supermercado a comprar alcohol y le pidió a un señor mayor si podía comprarle una botella. Le dijo que sí y al salir se la dio. (Ciclo formativo, instituto público, 17 años, mujer)
- Adicción y percepción de riesgo*
38. El alcohol te revienta el hígado. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)
39. De vez en cuando no hace daño. (Ciclo formativo, instituto público, 17 años, hombre)
40. Los efectos del alcohol en el cuerpo dependen de la cantidad: si bebes poco, y solo cuando vas de fiesta, sufrirás muchos menos. (1.º Bachillerato, instituto público, 17 años, hombre)
41. Es peor consumir habitualmente. (1.º Bachillerato, centro privado concertado, 17 años, mujer)
42. Pienso que sí, que puede ser malo en un futuro, pero si solo es un poco en la adolescencia [...] (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)
43. Tú cuando bebes no piensas en lo que te puede pasar en el futuro. Eres adolescente y [...] pues quieres beber más y cuando sales [...] Yo me lo paso muy bien. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 15 años, mujer)
44. El tabaco es más adictivo que el alcohol, pero la marihuana es más adictiva que el tabaco. El alcohol es más fácil de dejar. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, mujer)
45. La nicotina es más adictiva que el alcohol, entonces cuesta mucho más desengancharse de ella. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, mujer)
46. Cuando sea mayor no espero fumar ni beber como lo hago ahora. Somos adolescentes y podemos salir cada fin de semana, pero cuando seamos adultos, pues [...] no vamos a hacerlo. Al fin y al cabo, la adolescencia es una época en la que todo el mundo bebe, se lo pasa bien, aprovecha y ya está. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)
47. Lo prohibido atrae: si tú ves una puerta que indica «no pasar», vas a querer saber lo que hay detrás. (1.º Bachillerato, centro privado concertado, 16 años, mujer)
48. Cuando te dicen: «no lo hagas» Lo harás. Tenemos 17 años. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)
49. Te entran más ganas. Cuanto te meten miedo, te entran más ganas de hacer las cosas. (1.º Bachillerato, centro privado concertado, 17 años, mujer)
50. Nos han venido a dar un montón de charlas. Están bien; pero, sinceramente, no sirven para nada. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)
51. Estas charlas son informativas, pero tú vas a salir por la puerta y vas a hacer lo que te dé la gana. (Ciclo formativo, centro privado concertado, 17 años, mujer)
52. Nos meten miedo: «si bebes, morirás». (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, mujer)
53. Las contras las exageran hasta un punto bastante alto en el que meten [...] Dan terror. Parece que las bebidas alcohólicas son terroríficas y tampoco es bien bien así: son malas en exceso. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)
54. Nos explican situaciones poco creíbles. Nos contaron que llegó una persona al hospital que vomitó el hígado. Realmente, eso no es posible. Lo hablé con mis padres, que son médicos, y me dijeron, que aquello no era posible. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, mujer)
55. Las bebidas nos las venden como si fueran monstruosas. O sea, parece que hay más probabilidades de salir muertos que vivos. (4.º ESO, centro privado concertado, 15 años, hombre)

ESO: Educación Secundaria Obligatoria.

de madurez⁷. A estas edades, las motivaciones para beber giran en torno a unos factores fundamentales: accesibilidad para la compra de alcohol¹, búsqueda de diversión y nuevas sensaciones¹⁵, expectativas de desinhibición e integración en el grupo de iguales⁹. Así, los «reforzadores» obtenidos por beber alcohol son tanto farmacológicos (euforia y desinhibición) como sociales (buscar la relación y unión con otras personas)¹⁶. Esta realidad se matiza a través del sexo como dimensión explicativa de las diferentes pautas de consumo⁷. En las chicas, según los resultados de este estudio, la conducta de beber aparece relacionada con

la superación de estados emocionales negativos, mientras que para los chicos prima la pertenencia al grupo de iguales: beber refuerza la masculinidad hegemónica y garantiza la complicidad entre pares, de modo que el adolescente evita quedar fuera de determinados espacios y contextos de consumo. Este hallazgo es consistente con investigaciones recientes^{12,13,17,18} que corroboran la estrecha relación entre las normas —restrictivas— de género y el consumo de alcohol. Así, en el caso de las chicas que consumen, la ingesta de bebidas alcohólicas puede ser interpretada como un indicador de cambio en la posición de las mujeres en los contextos

de ocio, que contribuye a desafiar las nociones tradicionales de feminidad¹⁹.

Los discursos producidos en los grupos de discusión confirman, como ya han evidenciado otros trabajos²⁰⁻²², la influencia de los pares en el consumo de sustancias. Por lo común, cuando un grupo de amigos bebe alcohol abusivamente, establece un tipo de comunicación o metalingüaje en el que no es fácil integrarse si el adolescente no consume¹⁶. En consonancia con Londoño et al.²³, los resultados de este estudio sugieren que los adolescentes se ven influidos por dos tipos de presión: una directa (invitaciones a beber) y otra indirecta (situaciones sociales o acontecimientos festivos concretos que empujan a los jóvenes a consumir esta sustancia, p. ej., la interacción social con amigos bebedores), que pueden suscitar en el adolescente sensaciones de rechazo y búsqueda de aprobación¹⁰.

El enfoque desarrollado en este trabajo cumplió dos cualidades esenciales de un buen modelo participativo: la comunicación horizontal y las relaciones simétricas entre todos los integrantes del grupo. Sin embargo, este trabajo presenta algunas limitaciones, especialmente a causa de tres factores. En primer lugar, el estudio se focalizó en adolescentes escolarizados, por lo que no se pudo profundizar en las experiencias y discursos de jóvenes no escolarizados, cuyas vivencias son posiblemente diferentes. En segundo lugar, los adolescentes que compartieron grupo de discusión se conocían al pertenecer al mismo centro educativo, lo que pudo condicionar ciertas expresiones. En tercer lugar, la realidad de los sujetos corresponde a una percepción que es subjetiva y que está abierta a sufrir inexactitudes, de modo que pudo haber otras motivaciones para beber, aparte de las que se identificaron en este estudio. Es imprescindible mencionar que el consumo de alcohol por parte de la población joven es una conducta multicausal²⁴ y en ella intervienen un conjunto de variables moderadoras, tales como: dimensiones de personalidad, influencias ambientales y factores macrosociales. En este estudio no se evaluaron todas las variables que influyen y determinan el consumo de esta sustancia.

Conclusiones

El conocimiento de las motivaciones que tienen los adolescentes para consumir alcohol es un ámbito de excepcional importancia y debe ser un foco de atención prioritaria en el área de salud pública, tanto por los efectos que esto tiene sobre el organismo como por las vulnerabilidades (de maduración fisiológica y sociales) inherentes a la adolescencia. Es con base en este conocimiento que deben diseñarse unas estrategias de prevención efectivas orientadas de manera precisa a la población de riesgo. Las actuaciones a este nivel deben llevarse a cabo desde un enfoque integral, multidisciplinar e interseccional. Dicho enfoque no solo es útil en términos teóricos, sino que podría ser tomado en cuenta a la hora de intervenir socialmente en este ámbito, como también han puesto de manifiesto otras autoras^{13,25}. Pese a los programas preventivos dirigidos a disminuir el consumo de drogas en los adolescentes, las encuestas oficiales sobre este fenómeno muestran un aumento significativo del uso de alcohol en las chicas¹. Por ello, se debe prestar una atención especial a las variables sexo/género y crear nuevos modelos

predictivos más adecuados, que permitan mejorar la eficacia de los programas de intervención a partir de un discurso alejado de sesgos androcéntricos. Asimismo, es preocupante la sensación de invulnerabilidad en la adolescencia frente al daño que causa el alcohol a su crecimiento físico y social. De ahí que sea crucial intentar cambiar la compleja cultura que propicia la ingesta de esta sustancia, con una mayor supervisión de los espacios donde se bebe.

Debido a la alta prevalencia de consumo de alcohol en la adolescencia, y a fin de mejorar la planificación de estrategias de prevención, este trabajo contribuye a la necesidad de conocer con mayor profundidad la etiología del consumo de sustancias en la etapa adolescente.

Lo conocido sobre el tema

- El consumo de alcohol suele comenzar en la adolescencia.
- La aceptación social y la disponibilidad ambiental del alcohol, junto con la presión de los pares, constituyen factores determinantes en el consumo de esta sustancia, elemento central en los espacios de ocio.
- Existen motivos para el consumo tanto farmacológicos (euforia y desinhibición) como sociales (integración y pertenencia al grupo de iguales).

Qué aporta este estudio

- Existen diferentes motivaciones sobre el consumo de alcohol entre los adolescentes en función de su sexo.
- Los chicos son más proclives a tomar alcohol para integrarse en el grupo de iguales, mientras que en las chicas la conducta de beber aparece como una estrategia de afrontamiento para superar el malestar.
- Los factores ambientales incentivan el consumo de alcohol: la facilidad de acceso al producto, el tipo de ocio, la presión de grupo y la permisividad social hacia el consumo.

Consideraciones éticas

El estudio fue aprobado por el Comité de Ética de la Universidad Rovira i Virgili (CEIPSA-2021-PDR-39), se llevó a cabo con la autorización y el respaldo del Ayuntamiento de Tarragona a través de su Comité de Prevención de Adicciones y el Departamento de Educación de la Generalitat de Cataluña. Todos los participantes y sus tutores/as legales fueron informados sobre el estudio y el procedimiento; se garantizó en todo momento el anonimato de los datos recopilados. La participación en los grupos de discusión fue voluntaria para los y las adolescentes, firmaron el consentimiento informado con autorización previa de los directivos de la escuela y de sus tutores/as legales.

Financiación

Este artículo es parte del proyecto de investigación: «Prevención del consumo de drogas y juegos de azar en adolescentes: la paradoja de la información. El caso de Tarragona», que ha sido financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, Plan Nacional R + D + I 2019. Código: PID2019-104310RB-C21.

Conflictos de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Bibliografía

1. Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (OEDA). Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España. Informe 2023. Madrid: Ministerio de Sanidad. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas; 2022 [consultado 2 Dic 2023]. Disponible en: <https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2023OEDA-INFORME.pdf>
2. Ministerio de Sanidad. Líneas de actuación en el ámbito de la prevención del consumo de alcohol. 2021 [consultado 14 Nov 2023]. Disponible en: https://www.sanidad.gob.es/areas/promocionPrevencion/alcohol/documentosTecnicos/docs/Lineasactuacion_PrevencionConsumoAlcohol.pdf
3. Villalbí JR, Bosque-Prous M. Políticas para prevenir los daños causados por el alcohol: prioridades para España. *Rev Esp Salud Pública*. 2020;94:1–15.
4. Suárez C, Del Moral G, Musitu G, Sánchez JC, John B. Eficacia de las políticas institucionales de prevención del consumo de alcohol en adolescentes: la opinión de expertos y adolescentes. *Aten Primaria*. 2014;46:326–35, <http://dx.doi.org/10.1016/j.aprim.2013.11.005>.
5. Isorna M. Planteamiento para realizar una eficiente prevención del consumo abusivo de alcohol. En: Laespada Martínez MT, editor. *Consumo de alcohol en jóvenes y adolescentes: una mirada ecológica*. 1 ed. Bilbao: Universidad de Deusto; 2014. p. 157–204.
6. Calafat A, Fernández C, Juan M, Becoña E. Gestión de la vida recreativa: ¿Un factor de riesgo determinante en el uso reciente de drogas? *Adicciones*. 2005;17:337–47, <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.364>.
7. Pérez-Milena A, Redondo-Olmedilla M, Mesa-Gallardo I, Jiménez-Pulido I, Martínez-Fernández ML, Pérez-Milena R. Motivaciones para el consumo de alcohol entre adolescentes de un instituto urbano. *Aten Primaria*. 2010;42:604–11, <http://dx.doi.org/10.1016/j.aprim.2009.12.009>.
8. Dolz E, Martín MB. Políticas alternativas ante el botellón andaluz: análisis de actores y medidas en Granada (2000–2010). *DTS*. 2010;47:43–65.
9. Coleman L, Cater S. Underage «binge» drinking: A qualitative study into motivations and outcomes. *Drugs (Abingdon Engl)*. 2005;12:125–36, <http://dx.doi.org/10.1080/09687630512331323521>.
10. Calero AD, Barreiro JP, Formoso J, Injoque-Ricle I. Necesidad de pertenencia al grupo de pares y consumo de alcohol en la adolescencia. *Rev Psicodebate: psicol cult soc*. 2022;22:47–59, <http://dx.doi.org/10.18682/pd.v22i2.5145>.
11. Scheffels J, Brunborg GS, Bilgei OR, Tokle R, Burdzovic Andreas J, Buvik K. Ambivalence in adolescents' alcohol expectancies: A longitudinal mixed methods study among 12-to-18-year-olds. *J Adolesc Res*. 2023;0, <http://dx.doi.org/10.1177/07435584221150909>.
12. Martínez-Manrique L, Berasaluce M, Sureda X, Sandín Vásquez M. Gender matters: Identity, risk perception and preventive interventions for alcohol consumption among adolescents using a qualitative approach. *Int J Environ Res Public Health*. 2022;19:16435, <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph192416435>.
13. Fernández-Rodríguez MA, Dema-Moreno S, Fontanil-Gómez Y. La influencia de los roles de género en el consumo de alcohol: estudio cualitativo en adolescentes y jóvenes en Asturias. *Adicciones*. 2019;31:260–73, <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.1003>.
14. Deterding NM, Waters MC. Flexible coding of in-depth interviews: A twenty-first-century approach. *Sociol Methods Res*. 2021;50:708–39, <http://dx.doi.org/10.1177/0049124118799377>.
15. Echeburúa E. *Abuso de alcohol Guía práctica para el tratamiento*. 1 ed. España: Editorial Síntesis; 2001.
16. Soriano-Sánchez J, Jiménez-Vázquez D. Predictores del consumo de alcohol en adolescentes: una revisión sistemática de estudios transversales. *Rev Estud Psicol*. 2022;2:73–86, <http://dx.doi.org/10.35622/j.rep.2022.04.006>.
17. Romo-Avilés N, Marcos-Marcos J, Gil-García E, Marquina-Márquez A, Tarragona-Camacho A. Bebiendo como chicos: consumo compartido de alcohol y rupturas de género en poblaciones adolescentes. *Rev Esp Drogodependencias*. 2015;40:13–28.
18. Patró-Hernández RM, Nieto-Robles Y, Limiñana-Gras RM. Relación entre las normas de género y el consumo de alcohol: una revisión sistemática. *Adicciones*. 2020;32:145–57, <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.1195>.
19. Sánchez-López MP, Rivas-Diez R, Cuéllar-Flores I. Masculinity and femininity as predictors of tobacco and alcohol consumption in spanish university students. *Salud y Drogas*. 2013;13:15–22, <http://dx.doi.org/10.21134/haaj.v13i1.189>.
20. Salamó-Avellaneda A, Gras-Pérez ME, Font-Mayolas S. Patrones de consumo de alcohol en la adolescencia. *Psicothema*. 2010;22:189–95.
21. Espada Sánchez JP, Pereira JR, García-Fernández JM. Influencia de los modelos sociales en el consumo de alcohol en adolescentes. *Psicothema*. 2008;20:531–7.
22. Talbott LL, Martin RJ, Usdan SL, Leeper JD, Umstattd MR, Creemers JL, et al. Drinking likelihood alcohol problems, and peer influence among first-year college students. *Am J Drug Alcohol Abuse*. 2008;34:433–40, <http://dx.doi.org/10.1080/00952990802122655>.
23. Londoño Pérez C, Valencia Lara SC. Resistencia de la presión de grupo, creencias acerca del consumo y consumo de alcohol en universitarios. *An Psicol*. 2010;26:27–33.
24. Grevenstein D, Nikendei C, Nagy E. Alcohol use, binge drinking, and drunkenness experience in adolescence: Complex associations with family, peers, social context, and risk perceptions. *Subst Use Misuse*. 2020;55:1834–45, <http://dx.doi.org/10.1080/10826084.2020.1766504>.
25. Jiménez Rodrigo ML, Guzmán Ordaz R. Género y usos de drogas: dimensiones de análisis e intersección con otros ejes de desigualdad. *Oñati Socio-Leg Ser*. 2020;2:77–96.