

«Alcohol, coge tu punto»: programa aplicado de reducción de riesgos entre estudiantes universitarios

«Get your mark!»: an alcohol-related risk reduction program for university students

DURAN VINYETA, A. *, LARRIBA MONTULL, J. * y SUELVES JOANXICH, J. M. **

*PDS - Promoció i Desenvolupament Social. Barcelona. **Departament de Psiquiatria i Psicobiologia. Universitat de Barcelona.

RESUMEN: *Objetivo:* facilitar información significativa para estudiantes universitarios, sobre los riesgos derivados del consumo abusivo del alcohol, sugiriendo estrategias de autocontrol y reducción de riesgos.

Material y métodos: el programa se compone de los siguientes elementos: puntos de libro, página web de información sobre el alcohol –<http://www.ub.es/sacu/alcohol>–, servicio de consulta por correo electrónico, mensajes y emisiones en prensa y radio universitarias.

Resultados: la evaluación del proceso del programa muestra que es bien aceptado por la población diana. En una muestra de 392 estudiantes, el 87,2% de ellos manifiesta una opinión favorable o muy favorable, frente a un 6,3% de indiferentes y un 2,4% que mantienen una opinión contraria.

Conclusiones: se evidencia la viabilidad de desarrollar actuaciones orientadas a la prevención y reducción de riesgos sobre abuso de alcohol entre estudiantes universitarios. Se constata que para una mejor difusión de las actividades estas deberían ajustarse al máximo al calendario académico.

PALABRAS CLAVE: Consumo de alcohol. Educación sanitaria. Medicina preventiva. Salud pública. Estudiantes. Factores de riesgo. Estudios de evaluación.

ABSTRACT: *Objective:* to facilitate significant information to young university students, on the risks deri-

ved of the abusive consumption of the alcohol, and to suggest strategies for self-control and risk reduction.

Material and method: the program includes the following elements: informative bookmark, a web with information on the alcohol –<http://www.ub.es/sacu/alcohol/alcoholeng.html>–, a consultation service by e-mail incorporate in the web, and messages in press and university radio.

Results: a process assessment of the program showed that it is well accepted by the target population. An 87.2% of 392 students interviewed expressed a «favourable» or a «very favourable» opinion to the program items. A 6.3% of them were indifferent. Only a 2.4% had opinions contrary to the program.

Conclusions: it is possible to address health education and risk reduction messages on alcohol abuse to university students. However, it seems that a better program diffusion would be reached if such activities should be fitted in with a closer alignment to the academic year calendar.

KEY WORDS: Alcohol drinking. Health education. Preventive medicine. Public health. Students. Internet. Risks factors. Evaluation studies.

Introducción

El consumo –y el abuso– de bebidas alcohólicas está muy extendido en todas las edades, pero es en la franja de los 19 a los 28 años donde es mayor la proporción de consumidores, presentando también este grupo de edad la mayor proporción de intoxicaciones etílicas¹. En la última década el consumo de alcohol

Correspondencia:

ANTONI DURAN.
PDS - Promoció i Desenvolupament Social.
Provenza, 79, bajos. 3ª.
08029 Barcelona.
e-mail: pds@pdsweb.org

se ha intensificado entre los adolescentes y jóvenes, dando lugar a un patrón característico de consumo: se concentra mayoritariamente durante el fin de semana, se asocia principalmente a la diversión –que conlleva movilidad– y se busca con frecuencia e intencionadamente la embriaguez; todo ello en un contexto de gran tolerancia social y escasa percepción de riesgo. Siendo así, no sorprende que los accidentes de tráfico, junto con el SIDA, constituyan las principales causas de muerte entre los jóvenes. Tampoco sorprende que el Plan Nacional sobre Drogas se refiera a la necesidad de prestar especial atención al alcohol (y el tabaco) al plantear las metas principales de la Estrategia Nacional para el 2000-2008².

Los estudiantes universitarios son en su mayoría jóvenes. A ello se debe, en buena parte, el interés que, desde hace tiempo y en lugares muy diversos, existe por conocer las características del consumo de drogas en este sector de la población³⁻⁹. En España, este interés también ha existido desde hace años¹⁰⁻¹³ y sigue presente en la actualidad¹⁴.

Los consumos de alcohol –y de otras drogas– por parte de la población de estudiantes universitarios no parecen diferir esencialmente de los del resto de sus coetáneos. En una encuesta aplicada en Valladolid, Burgos y Palencia en 1985, el 52,8% de los estudiantes universitarios refieren al menos un episodio de intoxicación etílica en la vida¹². Más recientemente, un estudio llevado a cabo en la Universidad Complutense de Madrid afirma que «la mayoría de los universitarios reconoce haberse emborrachado en el último año»¹⁴.

La Universidad tiene la obligación ética de implicarse en los retos que se le plantean a la sociedad en cada momento histórico, y debería por tanto, adoptar políticas activas de prevención del abuso del alcohol y otras drogas¹⁵. La comunidad universitaria forma parte del tejido social, y como tal, cabe considerarla sujeto/objeto potencial de acciones preventivas del consumo de drogas. Al respecto, distinguimos dos estrategias complementarias¹⁶:

a) Evitar ser impulsora o partícipe de acciones contrapventivas (promoción, venta y/o consumo de sustancias adictivas en las dependencias universitarias, macrofiestas diseñadas como espacios propiciatorios de intoxicaciones etílicas comunales, etc.).

b) Impulsar, apoyar y/o desarrollar acciones o programas informativos y/o educativos dirigidos a la propia comunidad universitaria.

Con respecto a la primera, en la Comunidad Autónoma de Cataluña se prohíbe la venta de tabaco y de bebidas alcohólicas de más de 20° en las dependencias universitarias¹⁷. No obstante, basta mirar las pare-

des de los edificios u hojear cualquier periódico universitario para comprobar que, más allá de las restricciones, existe una intensa publicidad de alcohol y tabaco que, moviéndose en límites imprecisos en cuanto a su legalidad, se dirige a los estudiantes universitarios como público objetivo.

En cuanto a la segunda estrategia, existe en nuestro país algún precedente de acciones de este tipo, además de la que aquí presentamos. Tal es el caso de una campaña informativa sobre drogas y SIDA promovida por una asociación de estudiantes de la Universidad Autónoma de Barcelona en 1995.

Por tanto, sobre la base de lo expuesto hasta aquí, parece lógico y fundamentado considerar a los estudiantes universitarios como un sector de la población susceptible de ser objeto de intervenciones preventivas:

a) Por razón de edad (se halla ampliamente representada la franja de 19 a 28 años).

b) Por la prevalencia y características de su consumo de sustancias¹⁴.

c) Por la presencia de situaciones específicas de riesgo en el entorno universitario: publicidad específicamente dirigida, macrofiestas, estrés¹⁸, etc.

d) Por constituir un grupo poblacional amplio, relativamente homogéneo y accesible.

e) Por su potencial incidencia futura sobre otros sectores de población (se trata de los futuros profesores, médicos, trabajadores sociales, etc.).

Metodología

«Alcohol, coge tu punto» es un programa de prevención del consumo abusivo de bebidas alcohólicas entre estudiantes universitarios. Desarrollado por PDS Promoció i Desenvolupament Social y aplicado en la Universidad de Barcelona (sobre 60.000 alumnos) con el apoyo y colaboración de la misma y del Ayuntamiento de Barcelona.

La campaña se compone de los siguientes elementos:

a) Puntos de libro informativos (120.000 unidades de 6 modelos diferentes).

b) Una página web de información sobre el alcohol, accesible en catalán, castellano e inglés: <http://www.ub.es/sacu/alcohol>.

c) Un servicio de consulta personalizada por correo electrónico incorporado en la web.

d) Mensajes y emisiones de diversos tipos en prensa y radio universitaria.

e) Carteles. (400 ejemplares de un póster).

La elección de una estrategia basada en el suministro de información se basa en la opinión de que, a diferen-

cia de etapas educativas anteriores, la adopción de estrategias preventivas orientadas al desarrollo personal y la adquisición de habilidades no sería aquí la opción más adecuada y sí, probablemente, la menos viable. A su vez, cabe suponer que los estudiantes universitarios poseen una elevada capacidad de asimilación e integración de información. Se hallan pues, en una situación privilegiada para sacar partido de intervenciones preventivas basadas en el suministro de información.

No obstante, partimos de una presunción y no de una realidad probada. En Estados Unidos, el lugar con mayor experiencia en el desarrollo y aplicación de iniciativas preventivas dirigidas a estudiantes universitarios¹⁹⁻²² se utilizan tanto programas educativos como informativos. Con todo, pensamos que las diferencias culturales juegan aquí un papel importante.

La intervención preventiva que presentamos se plantea los siguientes *objetivos*:

- Facilitar información significativa para la población destinataria (jóvenes estudiantes universitarios) sobre los riesgos derivados del consumo abusivo del alcohol.
- Estimular la reflexión individual acerca del abuso de esta sustancia.
- Sugerir estrategias de autocontrol y reducción de riesgos con relación a su consumo.

Esta intervención entraña al menos tres retos:

Dirigirse a una población joven pero adulta –prácticamente toda ella supera la edad que limita el acceso a las bebidas alcohólicas– es menos habitual que hacerlo a adolescentes.

Alcanzar un gran número de individuos a un bajo coste.

Evitar el rechazo de la intervención (por moralista, inapropiada, intromisora, etc.) como ha ocurrido antes con poblaciones similares²³.

Para superar tales retos y alcanzar los objetivos se han seguido los siguientes principios:

- Buscar la implicación de la Universidad y su mundo desde el primer momento. (SIAE y asociaciones de estudiantes.)
- Trabajar a dos niveles: uno común para toda la población diana (puntos de libro, emisiones radiofónicas, anuncios en prensa), y otro más específico (página web), al cual se invita a acceder a quienes deseen recibir mayor información. Este nivel permite a su vez solicitar información personalizada (vía correo electrónico).
- Huir del tópico folleto, buscando cierta utilidad adicional en el material de la campaña, así como referencias al mundo estudiantil. Así se llegó al formato de puntos de libro.

– Asociar la campaña a la idea de modernidad: internet, multilingüe, colores ácidos, etc.

– Ir al medio de la población diana: página web en el servidor de la Universidad (los estudiantes tienen acceso gratuito a Internet que facilita la Universidad); Material útil para los estudiantes (puntos de libro); Uso de prensa y radio universitaria.

– Evitar referencias morales y obligaciones. El lema de la campaña, ambiguo, deja margen a la opción personal. El anverso de los puntos de libro no tiene texto. Permite así cogerlos porque gustan, sin dar a entender por ello preocupación alguna. El reverso aporta información mínima y sugiere cómo obtener más si se desea.

– Seleccionar el contenido informativo sobre la base de criterios comúnmente admitidos (criterios OMS) y de temas significativos para la población destinataria.

Resultados

Dado que de aplicación de esta intervención se encuentra todavía en marcha, los resultados que se aportan son provisionales, y se basan en el cumplimiento de las acciones previstas; la cantidad de material distribuido y su aceptación inferida; el número de visitas a la página web; la utilización del servicio de consulta electrónico; y las respuestas de dos muestras aleatorias de estudiantes (N = 392) a una breve encuesta. En el futuro se prevé llevar a cabo un estudio más amplio, que se espera aporte información adicional valiosa acerca de la consecución de los objetivos de la intervención.

La distribución del material impreso del programa (puntos de libro) ha constado de varias etapas, en las que se han distribuidos hasta hoy, alrededor de 120.000 puntos. La página web del programa inició su funcionamiento operativo en mayo de 2000. Los mensajes en prensa (N = 3) y las emisiones radiofónicas (40 mensajes cortos más 1 programa monográfico emitido en dos ocasiones) se publicaron o emitieron durante los meses de abril y mayo de 2000 y 2001.

La aceptación de los materiales por parte de la población diana parece ser muy alta, atendiendo a la rapidez con que se terminan sus existencias en los puntos de distribución universitarios.

El número de visitas a la página web del programa supera las 3.900 tras 16 meses de funcionamiento. La mayoría tienen su origen en España –no ha sido posible delimitar las entradas desde la red de la pro-

pia Universidad, si bien alrededor del 5% de las visitas proceden de otros países. Su distribución temporal permite inferir una relación con la actividad universitaria: el mayor número de visitas tiene lugar tras la distribución de los puntos de libro (que incluyen la dirección de la página), así como en días lectivos fuera del período de exámenes. Por contra, las visitas disminuyen de forma marcada durante los fines de semana, vacaciones de Semana Santa y período de exámenes.

La cifra de visitas a la página web del programa debe valorarse con relación a las que reciben el resto de secciones de la web de la Universidad; sin olvidar que constituye un elemento específico de la campaña, destinado no tanto a la población diana en su conjunto sino a quienes tengan mayor interés en recibir información sobre el alcohol. En este sentido consideramos muy aceptable la cifra alcanzada.

La utilización del sistema de consulta personal por correo electrónico ha resultado ser, en cambio, bastante bajo, habiéndose contabilizado 67 consultas hasta el momento. Probablemente sean varias las razones de ello, incluyendo las debidas a dificultades técnico-informáticas.

Con el objetivo de obtener una apreciación del conocimiento y opiniones acerca de la campaña por parte de la población destinataria, durante la primera semana de junio de 2000 y durante la segunda semana de mayo de 2001 se realizó una encuesta a una muestra aleatoria de 392 (131 + 261) a estudiantes de la Universidad de Barcelona.

La tabla 1 presenta los resultados más significativos.

Tabla 1. Conocimiento de la campaña y opiniones acerca de este tipo de intervenciones en una muestra de estudiantes (N = 392)

¿Conocen la campaña?		Sí	No	
		44,9%	55,1%	
¿Cómo la ha conocido?	Puntos de libro	Por un compañero	Por medio de Internet	Por un medio de comunicación
	58,5%	14,1%	10,1%	16,3
Opinión acerca de una campaña sobre el abuso del alcohol dirigida a los estudiantes universitarios				
	Conocen la campaña	No conocen la campaña	Todos	
Nada adecuado	0,5%	0,5%	1,2%	
Poco adecuado	0,5%	0,5%	1,2%	
Indiferente	6,3%	6,6%	6,3%	
Adecuado	49,5%	40%	43,8%	
Muy adecuado	39,6%	46,6%	43,4%	

De las respuestas de los estudiantes se desprende un amplio conocimiento de la campaña, que se sitúa cerca de la mitad de la población diana, con un 44,9%. Con relación al método por el cual han conocido la campaña, destacan claramente los puntos de libro, que al parecer resultan además un elemento atractivo para los destinatarios. Cabe destacar también que el 14,1% de la muestra estudiada afirma haber conocido el programa a través de un compañero, lo cual interpretamos como un indicador positivo de penetración de la campaña entre la población destinataria.

Las opiniones de los encuestados acerca de este tipo de intervenciones dirigidas a los estudiantes universitarios son claramente positivas, mostrando el 87,2% de ellos una opinión favorable, frente a un 6,3% de indiferentes y un 2,4% que mantienen una opinión contraria, siendo mínimas las diferencias entre los que conocían previamente el programa y los que no la conocían. Estos resultados concuerdan con los obtenidos en otros estudios²⁴.

Conclusiones

La Universidad constituye, en buena parte, una comunidad convivencial que concentra un gran número de adultos jóvenes que comparten con el resto de sus coetáneos patrones de consumo abusivo de alcohol y otras drogas, conformándose como un ámbito potencial de intervenciones específicas preventivas.

La intervención descrita evidencia la viabilidad de desarrollar actuaciones orientadas a la prevención de las drogodependencias en el medio universitario. Se constata a su vez, que este tipo de intervenciones permiten transmitir mensajes preventivos a un elevado número de personas. Se confirma también, una opinión claramente favorable hacia este tipo de intervenciones por parte de la población destinataria.

No se dispone por ahora de datos que permitan manifestarse acerca de la capacidad de la intervención para operar cambios en el grado de información, o en las actitudes, intenciones o conductas manifestadas de la población destinataria con relación al consumo de alcohol.

No obstante, de acuerdo con el Plan Nacional sobre Drogas, las *campañas* de prevención pueden considerarse útiles cuando delimitan su mensaje a un grupo poblacional específico, y sus mensajes son positivos, no moralistas ni dramatizadores; ofrecen información clara y objetiva; y sugieren alternativas de conducta (2). «Alcohol, coge tu punto» responde a estos princi-

pios, y así parecen haberlo entendido sus destinatarios. Con todo, con vistas a optimizar los resultados de futuras intervenciones de este tipo sugerimos:

a) Iniciar la acción a comienzos o mediados del curso académico, evitando en cualquier caso la proximidad a períodos vacacionales y época de exámenes.

b) Buscar métodos complementarios de distribución que permitan que una parte de la información alcance

prácticamente a toda la población destinataria, por ejemplo, facilitando materiales en el momento de formalizar la matrícula.

c) Utilizar expositores *ad hoc* o similares que contribuyan a evitar que los materiales de la campaña queden enmascarados entre los muchos que se distribuyen en los centros universitarios, a menudo con objetivos opuestos: barra libre, segunda copa gratis, etc.

Bibliografía

1. Plan Nacional Sobre Drogas. Encuesta domiciliaria sobre consumo de drogas. Madrid: DGPNSD, 1997.
2. Plan Nacional Sobre Drogas. Estrategia nacional sobre drogas para el 2000-2008. Ministerio del Interior. Madrid: DGPNSD, 1999.
3. Anderson P. Alcohol consumption of undergraduates at Oxford University. *Alcohol Alcohol* 1984;19:77-4.
4. Nystrom M, Perasalo J, Salaspuro M. Alcohol-use patterns in young university students in Finland. *Scand J Prim Health Care* 1993;11:151-6.
5. Araneda JM, Repossi A, Puente C. ¿Qué, cuánto y cuándo beben los estudiantes universitarios? *Rev Med Chil* 1996;124:377-88.
6. Basten CJ, Psuchol M, Kavanagh DJ. Alcohol consumption by undergraduate students. *Subst Use Misuse* 1996;31:1379-99.
7. Lu ZP, Engs RC, Hanson DJ. The drinking behaviors of a sample of university students in Nanning, Guangxi province, People's Republic of China. *Subst Use Misuse* 1997;32:495-506.
8. Johnston FY. A study of substance abuse on two campuses of University of Papua New Guinea. *Med Law* 1998;17:229-41.
9. Odek-Ogunde M, Pande-Leak D. Prevalence of substance use among students in a Kenyan University: a preliminary report. *East Afr Med J* 1999;76:301-6.
10. Bobes J, Bousoño M, Hernández R, Millán J. Epidemiología del consumo de alcohol y tabaco en estudiantes de la Universidad de Oviedo. *Rev Sanid Hig Pública* 1985;59:381-94.
11. Queipo D, Álvarez FJ, Velasco A. Alcohol consumption among university students in Spain. *Drug Alcohol Depend* 1986;18:41-9.
12. Del Río C, Álvarez FJ, Queipo D. Patterns of alcohol use among university students in Spain. *Alcohol Alcohol* 1989; 24:465-71.
13. Luna A, Osuna E, Zurera L, García-Pastor MV, Castillo del Toro L. The relationship between the perception of alcohol and drug harmfulness and alcohol consumption by university students. *Med Law* 1992;11(1-2):3-10.
14. Ruidíaz C, et al. Universidad y drogas. Madrid. Agencia Antidroga, CAM. 1998.
15. Blaze-Temple D, Howat P, Barney J, Saunders B, Saxon S. Legislative and humanitarian impetus for development of alcohol and other drug policy at an Australian university. *Community Health Stud* 1989;13:463-70.
16. Larriba J, Durán A. Universidad y prevención: algunos puntos de encuentro. I Jornadas Municipales de Prevención de Drogodependencias, «Prevención local y otros ámbitos». Gernika-Lumo, 1998.
17. Noel NE, Cohen DJ. Changes in substance use during times of stress: college students the week before exams. *J Drug Educ* 1997;27:363-72.
18. Órgan Tècnic de Drogodependències. Alcohol i Tabac. Les drogues davant la llei. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Departament de Sanitat i Seguretat Social. 1995.
19. Goodstadt MS, Caleekal-John A. Alcohol education programs for university students: a review of their effectiveness. *Int J Addict* 1984;19:721-41.
20. Black DR, Coster DC. Interest in a stepped approach model (SAM): identification of recruitment strategies for university alcohol programs. *Health Educ Q* 1996;23:98-114.
21. Werch CE, Pappas DM, Castellón-Vogel EA. Drug use prevention efforts at colleges and universities in the United States. *Subst Use Misuse* 1996;31:65-80.
22. Duitsman DM, Cychosz CM. The efficacy of a university drug education course on factors that influence alcohol use. *J Drug Educ* 1997;27:223-9.
23. Lockwood A, Saunders B. What prevents prevention? Lessons from the failure of a university alcohol and drug policy. *Aust J Public Health* 1993;17:91-5.
24. Jensen M, Wakat D, Gansneder B, Paviour PB. Student desires for a university drug education program. *J Drug Educ* 1989;19:231-44.