Fiestas patronales, entorno rural y consumo de alcohol en jóvenes desde la mirada de género

Un estudio realizado por

FUNDACIÓN ATENEA

MINISTERIO DE SANIDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE SANIDAD
DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS

Estudio realizado por **Fundación Atenea**

Departamento de **Innovación y Conocimiento**

Con la financiación de la **Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas**

Investigadora principal: Ana Rubio Castillo

Equipo colaborador: Yolanda Nieves Martín y Victoria Rivero

Septiembre de 2020

Agradecimientos

Quisiéramos mostrar nuestros más sinceros agradecimientos a todas las profesionales que han participado en esta investigación porque, sin sus conocimientos y experiencias, no hubiera sido posible llevarla a cabo.

.

Índice

Introducción 5
Justificación 6
Objetivos de la investigación 9
Objetivos de la investigación 9
Preguntas claves 9

Marco teórico 11
1.1 MANDATOS DE GÉNERO, CONSUMO DE ALCOHOL Y FIESTAS POPULARES 17
1.2 EL CONSUMO DE ALCOHOL EN LA ADOLESCENCIA Y LA JUVENTUD 22
1.3 CONSUMO DE ALCOHOL Y RIESGOS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO 25

Metodología 28
Metodología 29

Resultados 31
1. EL CONSUMO JUVENIL DE ALCOHOL: UN ANÁLISIS COMPARATIVO 32
1.1 Frecuencias de consumo 32
1.2 Motivaciones y percepciones del consumo 38
1.3 Frecuencia de borracheras y consumo en atracón 43
1.4 Posicionamientos sobre el patrocinio del consumo de alcohol 54
1.5 Principales hallazgos de la explotación estadística 57
2.FIESTAS PATRONALES, ENTORNO RURAL Y CONSUMO DE ALCOHOL JUVENIL: UN ANÁLISIS CUALITATIVO 60
2.1 Patrones de consumo, acceso e importancia del alcohol 60
2.2 Principales problemáticas detectadas 64
2.3 Estrategias de prevención y atención sociosanitaria en los contextos festivos de los entornos rurales 71
2.4 Protocolos y recursos disponibles 82

Conclusiones y recomendaciones 88

CONCLUSIONES 89

Bibliografía 94

Anexo 100

Introducción

Justificación

A pesar del extenso imaginario social y de la práctica que gira en torno al uso del alcohol en España, su consumo se ve considerablemente influenciado por las diversas variables sociodemográficas que atraviesan al/la consumidor/a, entre las que destacan la edad y el género. En este sentido, estas coordenadas sociales resultan especialmente relevantes en el análisis del consumo de alcohol, no "solo" para entender los significados y usos que lo vertebran, sino también para analizar la coherencia de las intervenciones en el ámbito de la salud pública (Comas, 2001).

Las estadísticas más recientes que recogen las encuestas estatales (EDADES, 2017; ESTUDES, 2018) visibilizan los altos porcentajes de consumo de alcohol entre la población adolescente y joven, posicionándose, con diferencia, como la sustancia más consumida en todas las prevalencias analizadas. Además, estas encuestas también recogen el consumo en forma de atracón (*binge drinking*) como una modalidad de consumo cada vez más instalada entre la población joven.

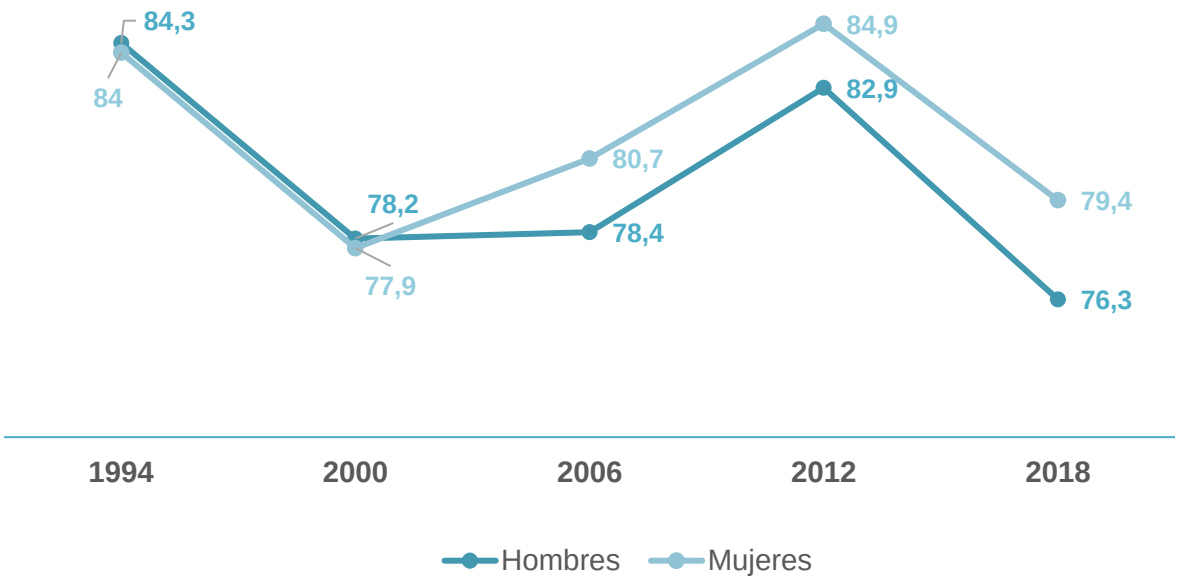
Estas tendencias, unidas a la sobredimensión de los aspectos positivos que habitualmente genera el alcohol (Cortés, Espejo y Giménez, 2007), ponen de relieve la importancia de entender esta cuestión de una manera integral desde la perspectiva de la salud, pero también desde el enfoque de la prevención, el cambio social y de su influencia en los patrones de consumo.

Conviene resaltar que, en tanto variable sociodemográfica, el hábitat residencial (rural-urbano) condiciona las diferencias actitudinales y motivaciones que se producen ante el consumo. En esta línea, la literatura especializada (Obradors-Rial, 2014; Fundación Eguía Careaga, 2014; Orgaz et al., 2005) que, pese a no ser muy amplia en el caso español, sí apunta de forma consensuada a que **los patrones problemáticos de consumo de alcohol son más habituales en jóvenes que viven en entornos rurales que en entornos urbanos**. Para poder indagar en esta cuestión, la investigación se focaliza en el contexto concreto de las fiestas populares de los entornos rurales ya que, en tanto escenarios festivos de tradición simbólica, condensan dinámicas representativas de las jerarquías sociales y de género,

vehiculadas por el consumo de alcohol tanto entre la población adulta como en la joven (Ferapi, 2009; Gisbert, 2016). Así, indagar en estos escenarios, nos permitirá profundizar en las dinámicas concretas de consumo de alcohol que se producen en estos contextos y, por ende, poder poner en marcha estrategias de prevención y atención al consumo problemático de alcohol fieles a las realidades que las atraviesan.

A este respecto, la incorporación del alcohol en los estilos de vida de los y las jóvenes, no ha sido un fenómeno homogéneo –como en tantas otras cuestiones- para chicos y chicas. Si bien el consumo de alcohol ha sido una cuestión asociada tradicionalmente con la masculinidad, desde el año 1994 y hasta el último año disponible (2018), la encuesta ESTUDES muestra una tendencia en la que las mujeres jóvenes se han incorporado en gran medida al consumo de alcohol, sobrepasando –incluso- a los varones:

Gráfico 1. Evolución de la prevalencia de consumo de drogas alguna vez en la vida, en los últimos 12 meses, en los últimos 30 días y a diario en estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14-18 años (%). España, 1994-2018.



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta estatal sobre uso de drogas en estudiantes de enseñanzas secundarias España (ESTUDES). (Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, 2018)

Este acercamiento entre los patrones de consumo entre chicos y chicas ha sido interpretado con frecuencia como una reducción de la brecha de género, en términos de “igualdad” en las pautas de ocio y de falsas creencias sobre el fin de la socialización diferencial de género. Sin embargo, no podemos olvidar las lecturas sociales diferentes y desiguales que se depositan ante el consumo de alcohol en función del género. En este sentido, la perspectiva de género no siempre es incluida en los estudios epidemiológicos, cuestión que tiene un enorme efecto en los enfoques de las políticas elaboradas en el ámbito de la prevención y la intervención (Alcedo *et al.,* 2014)

Por tanto, la presente investigación, pretende aproximarse al consumo de alcohol de la población joven desde una perspectiva que entienda que el sistema sexo-género, a través de la socialización diferencial, impacta de manera diferente y desigual en las formas en las que chicos y chicas consumen alcohol, así como en las problemáticas que se derivan del consumo y, finalmente, en los modelos de prevención y atención desplegados en este sentido. Consecuentemente, la perspectiva de género se plantea aquí como una perspectiva metodológica, una manera concreta de aproximarse a la realidad, que nos va a permitir comprender la diferencia y acercarnos a las situaciones de desigualdad.

Objetivos de la investigación

Objetivos de la investigación

La presente investigación pretende profundizar en los patrones de consumo de alcohol de la población joven en los entornos rurales y las problemáticas derivadas del mismo desde la perspectiva de género, así como analizar los modelos de prevención y atención sociosanitaria que se despliegan en estos contextos, con el fin de poder plantear recomendaciones en este sentido. Más en concreto se busca:

- Identificar las diferencias y desigualdades entre chicos y chicas con respecto al consumo de alcohol en los entornos rurales
- Detectar las necesidades que chicos y chicos tiene para la prevención y atención del consumo problemático de alcohol en entornos rurales
- Conocer las medidas de prevención y atención al consumo problemático de alcohol en entornos rurales
- Realizar propuestas que mejoren la prevención y atención del consumo problemático de alcohol en los entornos rurales
- Contribuir a la lucha por la igualdad de género en espacios festivos en materia de atención socio-sanitaria.

Preguntas claves

Para poder orientar con concreción la realización del presente estudio -ante una temática atravesada por múltiples aristas- se seleccionaron diversas preguntas de investigación que han posibilitado guiar el estudio de manera específica. Las principales preguntas realizadas han sido:

- ¿Cuáles son las principales diferencias y similitudes acontecidas entre chicos y chicas con respecto al consumo de alcohol de los entornos rurales?
- ¿De qué manera impacta el consumo de alcohol entre las y los más jóvenes durante las fiestas patronales de los entornos rurales?
- ¿Existen problemáticas derivadas del consumo de alcohol existen desde el enfoque de género?
- ¿Las estrategias de prevención e intervención sociosanitarias desplegadas durante las fiestas patronales son coherentes con las especificidades recreativas y sociales de estos contextos?

Marco teórico

1. LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

Las prácticas en investigación social, tradicionalmente, no han tenido muy en cuenta las diferencias y desigualdades que la realidad social deposita sobre hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida pública y privada. En este sentido, la ciencia ha tomado al sujeto-hombre[1] como referente y epicentro de la investigación, objetivando, neutralizando y naturalizando la experiencia masculina a toda la sociedad en general y a las mujeres en particular (Harding, 1996). Un escenario en el que, además, cuando se he mostrado la experiencia femenina, se he hecho desde el paradigma de la otredad.

Hablamos por tanto de un marco androcentrista de la investigación que obvia e invisibiliza la experiencia de las mujeres y que, por extensión, no tiene la capacidad de intervenir coherentemente con las necesidades y situaciones sociales reales de las mujeres. Realidad androcéntrica que, inherentemente, impregna el campo de investigación e intervención sobre los consumos de drogas.

A pesar de que cada vez son más numerosos los estudios sobre consumos que incorporan una perspectiva que transciende los cánones tradicionales de la investigación, a favor de una mirada "de género", los conceptos "sexo" y "género" suelen confundirse ya que a menudo –y pese a ser necesario- solo se ofrecen datos desagregados para hombres y mujeres, pero ello no garantiza que se aplique la perspectiva de género; se requiere profundizar e interpretar las diferencias que acontecen entre hombres y mujeres.

[1] Tal y como apunta Sandra Harding (1996) la ciencia y sus instrumentos conceptuales son fruto de la experiencia de los hombres pero, más en concreto, de los hombres blancos, occidentales y de clase social media.

Consecuentemente, resulta necesario crear un marco teórico que enfrente las prácticas tradicionales en investigación y que sea capaz de visibilizar las diferencias y las desigualdades de género en los consumos (Romo y Gil, 2006). Un marco que deconstruya parte del conocimiento acumulado, que revise las terminologías y que ayude a orientar nuevos interrogantes. Se trata, por tanto, de "*romper la noción de fijeza que envuelve al género, poner al descubierto la naturaleza del debate o de la represión que producen la apariencia de una permanencia eterna en la representación binaria del género*" (Scott, 1986: 1068)

A este respecto, como señala Ángel Rekalde (2005:50) la incorporación de la perspectiva de género en el análisis de los consumos implica tener en consideración una serie de circunstancias:

- *Diferencias de consumo.*
- *Diferentes actitudes, perfiles, presiones sociales, etc.*
- *Estereotipos y estigmas diferentes.*
- *Problemas añadidos: maltratos, abusos sexuales, cargas familiares...*
- *Falsos axiomas.*
- *Fórmulas de intervención*

La perspectiva de género es, por tanto, entendida en este estudio como un salto cualitativo que permite desligarse del determinismo biológico, para transcenderlo y reconstruir epistemológicamente los "saberes históricos androcéntricos" que tanto constriñen, invisibilizan y subordinan a las mujeres como sujetos-agentes de sus propias vidas. En palabras de Nuria Romo (2005),

> *"Aplicar la perspectiva de género al ámbito de los estudios sobre los usos de drogas supone cuestionar los modelos epidemiológicos basados en las diferencias de sexo y atender a la situación de las mujeres desde los propios contextos en los que usan y abusan de determinadas sustancias psicoactivas. Aquí el género es una perspectiva metodológica, un modo de conocimiento de la realidad social que permite comprender la diferencia".*

Desde esta óptica, hablar de género significa hablar de feminismo y desde el feminismo, al entender éste como una categoría de origen exclusivamente social e impuesta sobre los cuerpos sexuados que modula las identidades subjetivas de hombres y mujeres, y que se articula como una forma primaria de relaciones significantes de poder y desigualdad entre los géneros (Scott, 1986). Cuestión que permite visibilizar que **el "dimorfismo sexual" no es lo que explica sino lo que legitima una estructura social asimétrica y la discriminación sistemática de las mujeres**[2]**.**

Pese a que las mujeres son ubicadas de manera estructural en las posiciones sociales de menor valor, es pertinente señalar que las mujeres no son un grupo homogéneo per sé, sino que son atravesadas –al igual que los hombres- por otras coordenadas sociales de opresión/prestigio como la etnicidad, la clase social, la edad, etc. Así, la interseccionalidad (Crenshaw, 1989) entre estas diferentes categorías, ubicará a las mujeres en posiciones de mayor o menor vulnerabilidad, en función del reconocimiento social que tengan las categorías sociales que las interpelen.

La antropóloga social Virginia Maquieira (2001) propone una sistematización de los elementos que componen el sistema de género, que ayuda a vislumbrar aquellas categorías analíticas que pueden operativizar la implantación de la perspectiva de género en la investigación:

- **La división del trabajo.** La repartición estructural de los tipos de tareas disponibles para hombres y mujeres. No solo se refiere a la adjudicación de tareas, retribuciones y recompensas, sino también a lo que se concibe como trabajo en cada contexto específico.

- **La identidad de género.** Proceso que funciona como criterio diferencial entre hombres y mujeres, así como de pertenencia o adscripción a unos modos

[2] En estas páginas únicamente se está hablando de las dos identidades de género y corporalidades socialmente reconocidas. Sin embargo, ese requiere apuntar que son cada vez más las propuestas teóricas y estudios dirigidos a visibilizar la reducción bio-social que se realiza de la diversidad humana a tan sólo dos sexos y dos géneros, y la consecuente opresión y patologización que ello supone en las corporalidades e identidades periféricas. Véase Anne Fausto-Sterling (2000).

concretos de percibir, sentir y comportarse que en una sociedad específica se han definido como masculinos y femeninos.

- **Las atribuciones de género.** Se refiere a los criterios sociales, materiales y/o biológicos que las personas de una determinada sociedad utilizan para identificar a otros y otras como hombres o mujeres. Son creencias, valores y normas compartidas por gran parte de la sociedad que recaen sobre las representaciones acerca de los roles que han de realizar hombres y mujeres.

- **Las ideologías de género.** Se trata de sistemas de creencias que explican cómo y por qué se diferencian los hombres y las mujeres, asentándose sobre ellos justificaciones y/o racionalizaciones sobre responsabilidades, recompensas, restricciones y derechos diferenciales y desigualitarios.

- **Símbolos y metáforas culturalmente disponibles.** Evocan representaciones sobre lo que se supone que tiene que ser un hombre y una mujer, y que pueden ser contradictorias entre sí. Un ejemplo de ellos serían las representaciones de la femineidad a través de las figuras de María y Eva en la tradición cristiana occidental, mitos de luz y oscuridad, pureza y maldad.

- **Normas sociales.** Son expectativas sobre las conductas adecuadas que deben de tener mujeres y hombres, que no necesariamente tienen por qué estar contempladas en las leyes. No obstante, la transgresión de las mismas puede ser asumida socialmente como una conducta desviada merecedora de diversas formas de sanción.

- **Prestigio.** Abarca distintas cualidades (tareas, actitudes, sentimientos…) y se concentra en determinadas personas o grupos dentro de una sociedad, otorgándose a través de las interacciones sociales. El prestigio, tiene una importancia clave en la reproducción del status social en tanto que articula lo que debe ser reconocido (lo masculino) y lo que debe ser devaluado (lo femenino).

- **Las instituciones y organizaciones sociales.** Algunas de ellas son la familia, el mercado de trabajo o las organizaciones políticas que, en tanto marcos de referencia de costumbres, tradiciones y reconocimiento, las relaciones de género se construyen en y a través de ellas.

Todos estos "componentes" no pueden entenderse de forma aislada ni separados unos de otros, sino que todos ellos intersectan entre sí, configurando una especie de "maraña" compleja de analizar y operativizar pero que, sin lugar a dudas, deviene en maneras diferentes y desiguales en las que hombres y mujeres se posicionan, reconocen y habitan la realidad social.

Figura 1. Componentes del sistema de género

Fuente: elaboración propia a partir de la propuesta de Virginia Maquieira (2001)

1.1 MANDATOS DE GÉNERO, CONSUMO DE ALCOHOL Y FIESTAS POPULARES

Como se ha venido enunciando anteriormente, en el consumo de drogas en general, y -por la temática que compete en el presente estudio- en el de alcohol en particular, a menudo, se ofrecen interpretaciones, códigos y respuestas similares para hombres y mujeres, predominando la perspectiva masculina, a pesar de que los factores que influyen en las motivaciones, usos y riesgos del consumo de alcohol son diferentes entre ambos/as.

En este sentido, los procesos de socialización de género – dicotómicos y excluyentes- que siguen arraigados con fuerza en las sociedades contemporáneas, explican en buena medida las diferencias y desequivalencias que acontecen entre hombres y mujeres. Sobre esto, Raquel Cantos (2018) sistematiza los principales **mandatos de género** que, derivados de la socialización de género, ayudan a perfilar los atributos más comunes a la feminidad y masculinidad y **cómo estos orientan las nociones y patrones de los consumos, en función del género**:

Figura 2: Imagen sobre los mandatos de género dirigidos a las mujeres

Fuente: Raquel Cantos (2018:74)

Figura 3: Imagen sobre los mandatos de género dirigidos a los hombres

Fuente: Raquel Cantos (2018:74)

Estas ilustraciones muestran los principales mensajes sociales recibidos por la ciudadanía sobre lo que se debe ser, sentir y vivir en función del sexo asignado al nacer. Pese a que estos mandatos no son compartidos por la totalidad de hombres y mujeres, si son cuestiones que impregnan por completo a la feminidad y la masculinidad por lo que, en consecuencia, tienden a ser reproducidos y vividos.

Cabe señalar que, tal y como señalan Patricia Martínez *et al.,* (2019), mientras que **en los chicos los mandatos de género se relacionan íntimamente con el consumo de sustancias** que realizan, en el caso de las chicas, la casuística es más compleja de analizar ya que precisamente los mandatos femeninos conducen a la prudencia, a la no exposición a riesgos, etc. Y, al mismo tiempo, *"el sistema de género como eje de subordinación tiene*

muchas consecuencias negativas en ellas cuando consumen, que no se dan en los hombres precisamente por razón de género" (2019:37).

En este sentido, la cada vez mayor incorporación de las mujeres al consumo de alcohol (sobre todo de las más jóvenes, como veremos más adelante) ha derivado en la consecuente "adaptación" de las mujeres a espacios y actividades tradicionalmente dominadas por mandatos masculinos. Es el caso de **las fiestas patronales** que, entendiéndose como una manifestación cultural de contenido tradicional y un canal de representación de la identidad de un pueblo o comunidad hacia el exterior, **reflejan de manera muy explícita la estructura social en la que se desenvuelven y, por tanto, el sistema de género imperante**.

Como señala Verónica Gisbert (2016) las festividades, en tanto tradiciones, son el resultado de una superposición de intereses y pensamientos marcados por las circunstancias históricas propias del momento que viven, por su género y por su posición en la escala social. No es de extrañar, por tanto, que si la vida social ha estado tradicionalmente dominada por los hombres, las fiestas tradicionales sean espacios de poder y de prestigios masculinos.

Así, **las fiestas reproducen las jerarquías existentes, la división de roles y la imagen idealizada de mujeres y hombres** (Ferapi, 2009). Es entonces pertinente, desde el campo de la investigación social, entender de qué maneras los procesos de socialización y los mandatos de género, se plasman y se reproducen en el "ritual de la fiesta" desde la perspectiva del consumo de alcohol. A este respecto, conviene señalar que las fiestas populares, muy asociadas al ámbito rural, pero vividas tanto por la población local como por la visitante, presentan ciertas características concretas que envuelven los consumos de alcohol.

Pese a ser celebradas tanto en ámbitos rurales como urbanos, las fiestas patronales representan una cuestión simbólica más arraigada a los núcleos poblaciones pequeños, al ser parte de una identidad más presente, histórica y homogénea que en los núcleos urbanos. A su vez, es necesario tener en cuenta que, los estudios sociales que profundizan en la vinculación entre hábitat residencial y consumo de alcohol especializada (Obradors-Rial, 2014; Fundación Eguía Careaga, 2014; Orgaz et al., 2005), apuntan a que los consumos problemáticos de alcohol se producen con mayor frecuencia en las zonas rurales que en las urbanas, cuestión que incide en la organización y finalidad de las fiestas patronales, y por ende, en las maneras en las que chicos y chicas modelan y pautan el consumo de alcohol en estos contextos.

Consumir alcohol y adoptar determinados comportamientos asociados a éste, es un mecanismo que ha servido a las mujeres para ocupar espacios tradicionalmente copados por hombres. Tal y como señala Beatriz Moral (2008), en esta asunción de "comportamientos tradicionalmente masculinizados" por parte de las mujeres, es necesario tomar en cuenta ciertas cuestiones:

- Las mujeres están **más estigmatizadas** por la asunción de estos comportamientos, ya que se "desvían" de los mandatos de género dirigidos a ellas. Cuestión que, con frecuencia, tiene un alto precio ya que menoscaba su feminidad y lo que se espera de ellas en tanto mujeres. Además, es necesario entender estas situaciones como paradójicas, al tener que imitar la masculinidad pero preservando la feminidad.

- La inserción en ciertos espacios tradicionalmente "habitados por hombres" tiene un valor añadido, por el mero hecho de ser masculinos. En una socialización que premia lo masculino y minusvalora lo femenino, se empuja a las mujeres a ocupar estos espacios y **buscar las estrategias más efectivas**, pudiendo ser una de ellas el consumo de alcohol.

- La inserción de las mujeres en ámbitos masculinos genera **especializaciones femeninas**. En el caso concreto del consumo de alcohol esta especialización probablemente podrá verse en los consumos de tipos concretos de alcohol, los espacios e itinerarios de consumos, etc.

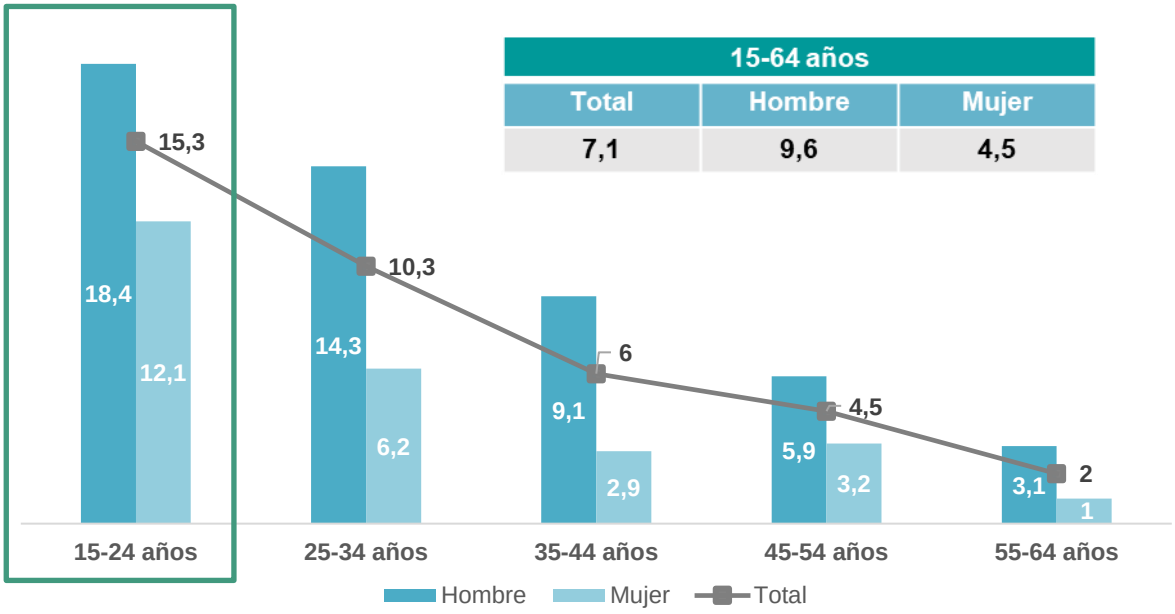
Sin embargo, Beatriz Moral (2008) reseña que hay que tomar con precaución los discursos que arguyen la adopción de pautas masculinas por las mujeres, ya que pueden encerrar trampas dialógicas. La autora señala que, a pesar de que ciertas casuísticas –como las señaladas arriba- parecen indicar, efectivamente, una asunción de estos comportamientos por parte de las mujeres, es necesario poner el acento en porqué la preocupación no es la misma por los hombres. Es decir, si "los valores tradicionales femeninos" han mantenido a las mujeres al margen de consumos perjudiciales para la salud, ¿por qué no se insta socialmente a que sean los hombres los que adopten estos cánones femeninos? e, incluso, ¿qué ocurre cuándo los hombres se muestran como no consumidores? Desde esta perspectiva, resulta necesario orientar prácticas de análisis que indaguen en esta relación dialógica.

Además, es reseñable cómo a pesar de la masiva incorporación de las mujeres a los **espacios festivos**, éstos siguen teniendo un **carácter preminentemente sexista y no inclusivo**, donde las mujeres continúan siendo una minoría –no numérica, pero sí entendidas como tal- con muy poca capacidad de protagonismo en la escena. Los hombres siguen copando las posiciones más destacadas en los espacios festivos: son quienes –normalmente- organizan las fiestas, controlan la seguridad, "pinchan" la música, etc. Así, pese a que es innegable que se han producido cambios en la configuración de los espacios festivos, ninguno ha conseguido reducir la visión androcéntrica que predomina en ellos.

1.2 EL CONSUMO DE ALCOHOL EN LA ADOLESCENCIA Y LA JUVENTUD

Al igual que el género, la edad es una variable sociodemográfica que infiere con rotundidad en las maneras en las que se percibe y se consume alcohol. Una muestra de ello, es la prevalencia de intoxicaciones etílicas agudas (borracheras) según franjas etarias. En este sentido, la encuesta EDADES (Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, 2017), que muestra esta casuística para los últimos 30 días, señala que la mayor prevalencia de borracheras se produce en la franja de edad de 15 a 24 años (15,3%) con 8,2 puntos porcentuales por encima de la media (7,1%). Es especialmente reseñable el caso de los chicos, quienes casi el 20% de ellos (18,4%) manifestaron haberse emborrachado en los últimos 30 días. No obstante, la proporción de chicas que se han emborrado en este tramo etario (12,1%) es también bastante mayor que la acumulada para el conjunto de mujeres de entre 15 y 64 años (4,5%).

Gráfico 2. Prevalencia de intoxicaciones etílicas agudas (borracheras) en los últimos 30 días en la población de 15-64 años, según género y edad (%). España, 2017.



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta sobre alcohol y drogas en España (EDADES) (Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, 2017)

Es necesario mencionar que, cuando el factor género intersecta con la edad, el análisis se vuelve más complejo todavía. En el caso concreto del consumo de alcohol por parte de las mujeres, éstos son sancionados con mayor rotundidad si se producen en las franjas etarias más elevadas. Así, tal y como menciona Lorenzo Sánchez (2009:126):

> *"Existen dos lecturas diferenciadas que coexisten en nuestra sociedad en relación con el consumo de drogas por parte de las mujeres: la del rechazo cuando los consumos los realizan mujeres adultas, por cuanto representan un claro desafío al rol tradicional femenino; la de su aceptación, más o menos tácita, cuando los consumos son realizados por las adolescentes y jóvenes, puesto que son percibidos como una expresión de una nueva cultura basada en la igualdad de género"*

El consumo de alcohol, por tanto, también ha de analizarse desde una perspectiva que asuma la edad como una coordenada explicativa del consumo de alcohol, al entender que las pautas y expectativas sociales que se depositan en cada etapa vital, en función del género, son

reflejadas en las formas en las que se consume, así como en las percepciones que se tienen en torno a esta cuestión.

En concreto, la adolescencia y la juventud son etapas que, modulando la transición entre la infancia y la adultez, suponen adquirir algún tipo de identidad que refrende la propia condición de ser adulto/a. En este sentido, Aguinaga y Comas (1997) señalan la importancia de entender **los consumos en estas franjas etarias como una cuestión simbólica ligada a las relaciones sociales desarrolladas durante el tiempo libre, pero fundamentalmente, como objetivos de integración social y productiva**.

Hablar por tanto de estas etapas implica hablar de una "cultura propia", pero sin obviar que son las personas adultas quienes actúan como proveedoras de la misma (Comas, 2004). De hecho, siguiendo la tesis de Domingo Comas (citado en Arenas y Ramírez, 2006: 25) *"las características de las etapas vitales de una generación se conforman en una dinámica relacional con las etapas vitales de las generaciones precedentes y las consecuentes".*

Sobre esta cuestión no podemos obviar la "normalización social" generalizada de la que goza el consumo alcohol como argumento y motivo del contacto social en fiestas y celebraciones. Ante este contexto, no es motivo de extrañeza que desde la adolescencia y la juventud se asuma como un **"rito de paso" de imitación por el que transitar, para poder ser aceptado/a en la adultez. Un rito en el que cada vez las mujeres se van incorporando en mayor proporción**. Desde esta óptica, incluso una parte importante de las transgresiones que se producen en la adolescencia y la juventud, pueden ser entendidas como una consecuencia de la mirada adulta sobre ellas.

No obstante, las formas en las que los y las jóvenes pautan y se introducen en el consumo de alcohol, han ido cambiando a lo largo del tiempo. Las maneras en las que modelan sus consumos tienen una relación directa con la percepción social que se tiene sobre ellos/as –en tanto adolescentes y jóvenes, chicos y chicas-, en función de los roles y el *status* que ocupan dentro de la estructura social. De esta manera, el consumo de alcohol además de ser una conducta expresiva, *"posee una funcionalidad instrumental explicada por las diferentes posiciones en la estructura social"* (Comas, 1990:318).

En el contexto actual, los patrones de consumo juveniles vienen determinados –en parte- por una mayor disponibilidad económica, así como por cambios socioculturales y de autoridad

intrafamiliar, que facilitan que los y las jóvenes integren cada vez más el alcohol y el tabaco como parte de su ocio (Pallarés y Pere, 2013).

En esta línea, Megías *et al.* (2007), señalan algunos de los elementos claves que vertebran el **modelo actual de consumo juvenil de alcohol**:

- La ingestión de alcohol no se entiende como un complemento de otra actividad social o gastronómica, sino como una finalidad autónoma.
- El consumo de alcohol es una actividad estrechamente asociada a una sociabilidad juvenil más horizontal, separada de la relación con los adultos.
- La búsqueda de la intoxicación etílica es una finalidad en sí misma.

Partiendo de este marco conceptual, es necesario abordar el consumo de alcohol adolescente y juvenil desde una óptica que entienda éste como una relación causa-efecto con las dinámicas socio-estructurales imperantes y que enmarque el género como variable que jerarquiza, estereotipa y pauta las formas de consumir de chicas y chicos, así como las percepciones sociales en torno a ello.

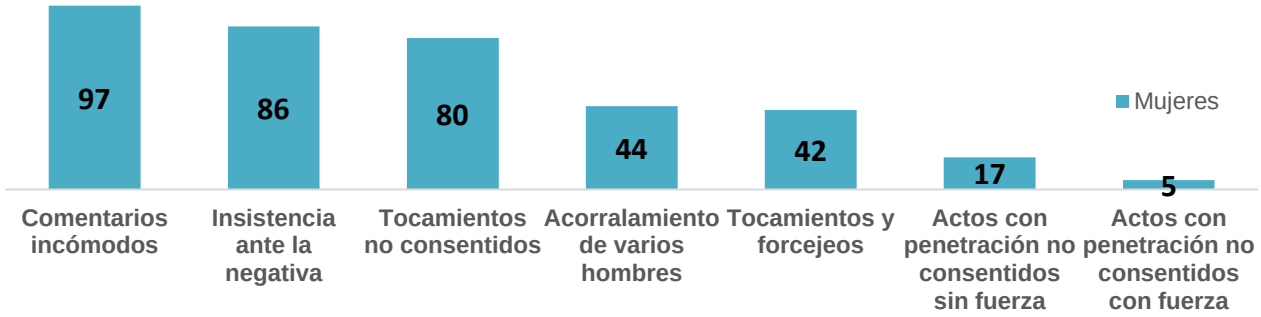
1.3 CONSUMO DE ALCOHOL Y RIESGOS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Al igual que la incorporación masiva de las mujeres en los espacios de ocio no ha supuesto una reconfiguración de los espacios festivos desde una mirada no sexista, tampoco se ha producido un cambio con respecto a cómo se perciben las mujeres consumidoras en el **binomio consumo de drogas- accesibilidad sexual**. Así, las mujeres siguen siendo ubicadas sistemáticamente en posiciones de vulnerabilidad en lo relativo a los diferentes grados de violencia sexual que pueden recibir en estos contextos (Rekalde, 2005).

Con relación a esta cuestión, también se observa que **los programas de reducción de riesgos y de atención sociosanitaria** (con especial mención a los dirigidos a contextos de ocio nocturno) **no incorporan la perspectiva de género** al no contemplar, entre otras cuestiones, *"la violencia sexual como un riesgo diferencial para las mujeres y, probablemente, uno de los mayores riesgos del consumo/abuso para ellas"* (Altell et al., 2015:44).

El Observatorio Noctámbul@s profundiza en la imbricación entre consumo de drogas, acoso y abusos sexuales en los escenarios de ocio nocturnos. En este sentido, el 5º Informe Anual (Fundación Salud y Comunidad, 2018), a partir de un cuestionario suministrado a 1.541 personas, muestra información relevante sobre las violencias sexuales que sufren las mujeres en contextos de ocio y drogas:

Gráfico 3. Violencia sexual sufrida por mujeres (por parte de hombres) en contextos de ocio nocturno y drogas en el último año (%). España, 2018.



Fuente: elaboración propia a partir del 5º Informe Anual 2017-2018 del Observatorio Noctámbul@s (Fundación Salud y Comunidad, 2018)

Estos datos muestran que una gran proporción de mujeres han sufrido actos de acoso y abuso sexual en situaciones de ocio nocturno. Prácticamente la totalidad de las mujeres encuestadas han sufrido las violencias menos castigadas socialmente, pero, a la vez, las más invisibilizadas –como es el caso de los comentarios incómodos, la insistencia ante la negativa e incluso los tocamientos no consentidos-. Asimismo, más de 4 de cada 10 mujeres han sufrido acorralamientos por parte de hombres, así como tocamientos y forcejeos. Además, un preocupante 17% ha sufrido actos con penetración no consentidos sin fuerza y un 5% con fuerza. Estos datos reflejan la **necesidad de integrar las violencias sexuales dentro de los programas de prevención y de reducción de riesgos**.

Estas violencias, tal como señalan Patricia Martínez *et al.,* (2019), suelen enfocarse como riesgos/problemáticas de los consumos –en los hombres como agresores y en las mujeres como víctimas-, cuando son situaciones que claramente tienen más que ver con el sistema de género y su expresión en forma de mandatos de género. En este sentido, y teniendo en cuenta que el alcohol, tal y como reseña el 5º Informe Anual de Noctámbul@s es la droga

más consumida en espacios festivos (96,8% de mujeres y un 97,7% de hombres), el Informe también profundiza en el consumo de alcohol que habían realizado las mujeres en el momento de haber sufrido alguna violencia sexual y los hombres en el momento de haberla ejercido.

Así, un 55,3% de las mujeres había consumido "poco o nada" y un 7,9% había consumido mucho y no tenía capacidad de reacción. Por su parte, el 60% de los hombres no habría consumido alcohol o estaría completamente ebrio. Por tanto, según apunta el Informe "*del conjunto de estos datos se desprende que la gran mayoría de personas que reconocen haber tenido alguna de estas conductas con fines sexuales, no habrían consumido mucho o nada. Estas situaciones más comunes de lo que pensamos, se deben problematizar porque son situaciones en las que el principio rector de la relación no es de consentimiento sincero y activo de las mujeres. Además, los resultados desmontan el mito que afirma que la mayoría de agresiones son ejercidas bajo el efecto de las drogas"* (Fundación Salud y Comunidad, 2018:81)

Metodología

Metodología

Para responder a los objetivos anteriormente se planteó la realización de una investigación de carácter mixto, que combinara estrategias cuantitativas y cualitativas, para poder ahondar desde ambas perspectivas en la temática planteada.

Tras la revisión bibliográfica realizada en primera instancia para la elaboración de un marco teórico y de un punto de partida conceptual desde el que abordar el estudio, se realizó la **explotación de la Encuesta sobre Alcohol y otras Drogas en España** (EDADES, 2017) y de la **Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España** (ESTUDES, 2016), con el objetivo de realizar una panorámica sobre las frecuencias y patrones de consumo de alcohol de la población joven en España, intentando realizar comparativas -en la medida que lo han permitido los datos- según tamaño de los municipios y género.

En lo referido a la estrategia cualitativa, se realizaron **10 entrevistas en profundidad a profesionales de la prevención del consumo y/o de la violencia de género** que participan activamente en el desarrollo de fiestas patronales de municipios rurales, así como **2 entrevistas a concejalas de festejos**, encargadas de del desarrollo y la planificación de las fiestas patronales de sus municipios. Las entrevistas a profesionales y concejalas se realizaron sobre un total de 4 Comunidades Autónoma (Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid y Extremadura), siendo la mayoría de participantes mujeres. Sobre esta cuestión cabe señalar que, si bien existe una sobre representación femenina en el trabajo de campo, las áreas profesionales a las que nos hemos dirigido están predominantemente feminizadas.

Tabla 1. **Resumen perfil de profesionales y cargos políticos entrevistados/as**

Denominación	Género	Actividad profesional realizada	Comunidad Autónoma de trabajo
Técnica de prevención de adicciones 1	Mujer	Técnica de prevención de adicciones	Castilla-La Mancha
Técnico de prevención de adicciones 2	Hombre	Técnico de prevención de adicciones	Castilla-La Mancha
Técnica de prevención de adicciones 3	Mujer	Técnica de prevención de adicciones	Comunidad Valenciana
Técnico de prevención de adicciones 4	Hombre	Coordinador Plan Municipal de Drogas	Castilla-La Mancha
Técnico de Protección Civil 1	Hombre	Protección civil y emergencias Summa	Comunidad de Madrid
Técnica de Protección Civil 2	Mujer	Protección civil	Castilla-La Mancha
Técnica en puntos morados 1	Mujer	Técnica y formadora de puntos morados	Comunidad de Madrid
Técnica en puntos morados 2	Mujer	Puntos morados	Comunidad de Madrid
Técnica en puntos morados 3	Mujer	Punto morado	Comunidad Valenciana
Técnica en puntos LGTBIQ+	Mujer	Punto LGTBIQ	Castilla-La Mancha
Concejala de festejos 2	Mujer	Concejala de festejos	Castilla-La Mancha
Concejala de festejos 1	Mujer	Concejala de festejos	Extremadura

Resultados

1. EL CONSUMO JUVENIL DE ALCOHOL: UN ANÁLISIS COMPARATIVO

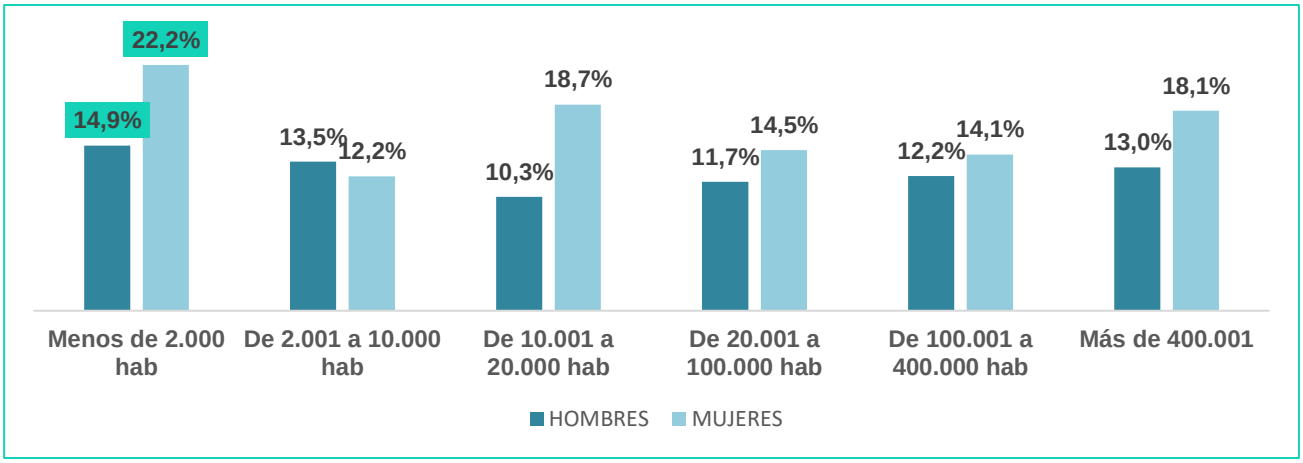
En este apartado se realiza una explotación estadística de los últimos datos disponibles de la Encuesta sobre Alcohol y otras Drogas en España (EDADES, 2017) y de la Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES, 2016), con el fin de poder realizar una foto fija sobre las frecuencias de consumo y sus usos por parte de la población joven en España. En concreto, hasta donde los datos lo han permitido, se busca entender las **diferencias y semejanzas** que se producen en este sentido entre **chicos y chicas**, así como entre el **tamaño de los municipios** (por miles de habitantes).

Cabe señalar que, si bien todos los datos que se muestran a continuación hacen referencia a las personas jóvenes, no todas las estadísticas engloban los mismos grupos etarios. Mientras que las estadísticas extraídas de EDADES hacen referencia a la población comprendida entre los 15 y los 25 años, las cifras relativas a ESTUDES engloban a la población de 14 a 18 años. Asimismo, las tablas referidas a ESTUDES no han podido ser desagregadas por tamaño de los municipios, al presentar esta cuestión una gran complejidad metodológica.

1.1 FRECUENCIAS DE CONSUMO

Teniendo en cuenta las presiones y las dinámicas sociales que a menudo giran en torno al consumo de alcohol, para comenzar, parece importante tener en cuenta el porcentaje **de jóvenes que nunca ha consumido una bebida alcohólica**. En este sentido, el mayor porcentaje se concentra en las poblaciones menores de 2000 habitantes. Así, Un 14,9% de chicos y un 22,2% de chicas -en estos municipios- nunca ha bebido alcohol. Cabe mencionar que, con excepción de los municipios de 2.001 a 10.000 habitantes, **las chicas son mayoritarios en el no consumo**.

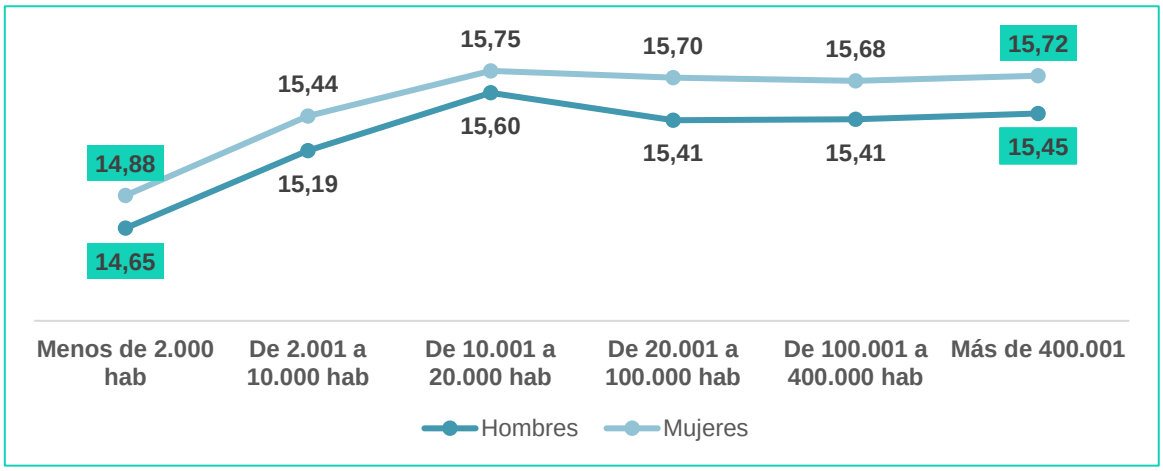
Gráfico 4. **Porcentaje de jóvenes que nunca ha tomado una bebida alcohólica**



Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Entre los y las que han consumido alcohol alguna vez en su vida, en relación con la edad media a la que se tomó la primera bebida alcohólica, se visibiliza una tendencia en la que la **edad de inicio aumenta a medida que aumenta el número de habitantes**. Así, mientras que, en los municipios de menos de 2.000 habitantes, la edad media de inicio es de 14,65 años en los chicos y de 14,88 años en las chicas, en los municipios de mayor tamaño la edad asciende hasta los 15,45 años en el caso de ellos y a los 15,72 en el caso de ellas. Asimismo, en todas las casuísticas, los chicos comienzan a beber ligeramente antes que las chicas.

Gráfico 5. **Edad media a la que se tomó la primera bebida alcohólica. Datos en edad.**



Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

No obstante, en lo relativo a la edad media en la que se comenzó a **beber alcohol prácticamente todas las semanas** las diferencias entre chicos y chicas son casi imperceptibles. Mientras que la edad media de los chicos es de 15,05 años, la de las chicas es de 15,04 años. Sin embargo, las diferencias entre géneros son algo mayores en los datos referidos a los y las jóvenes que nunca han tomado alcohol todas las semanas, con una diferencia de 5,9 puntos porcentuales entre ambos/as (un 44,8% de chicos nunca ha consumido alcohol todas las semanas vs. un 50,7% de chicas).

Tabla 2. Edad media a la que se comenzó a beber alcohol prácticamente todas las semanas. Datos en años.

	Hombre	Mujer
Edad media	15,05	15,04
Desviación típica	1,387	1,277

Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

Sobre los datos referidos a los y las jóvenes que **han consumido alcohol más de 150 días al año**, cabe señalar que, mientras en el caso de los chicos los porcentajes de consumo son más altos en los municipios de mayor tamaño, en el caso de las chicas, estos porcentajes son mayores en los municipios más pequeños. Además, cabe señalar que en el caso de las chicas se observa una cierta polarización, ya que son las chicas pertenecientes a los municipios más pequeños las que más habitualmente beben, pero, al mismo tiempo, las que en mayor medida no han bebido alcohol en el último año.

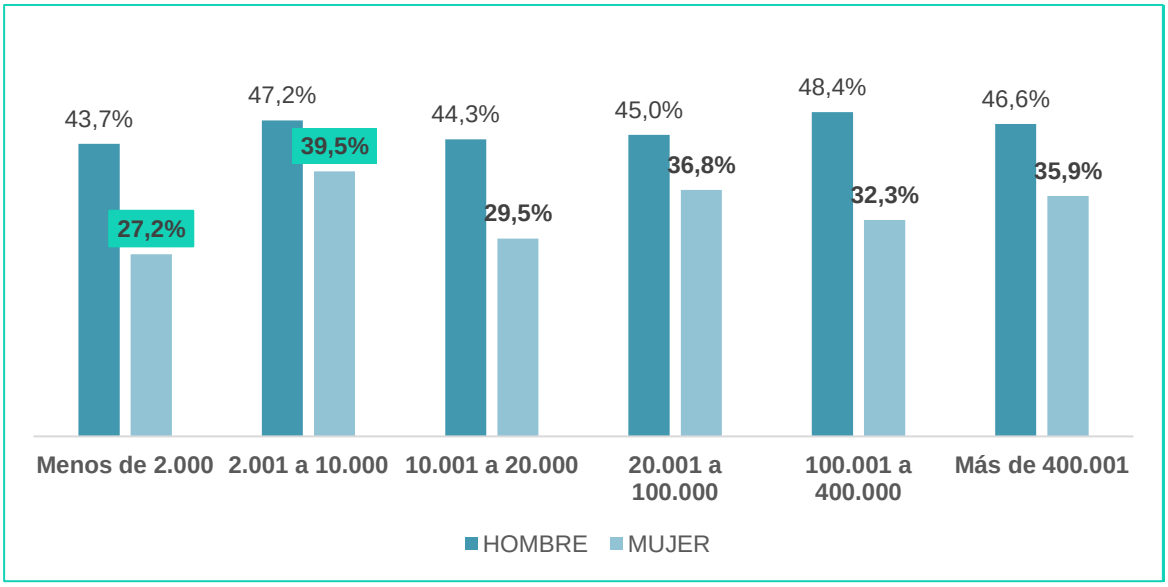
Tabla 3. **Porcentaje de jóvenes que han consumido alcohol más de 150 días en el último año o ningún día.**

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	Más de 150 días		No he tomado bebidas alcohólicas en el último año	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Menos de 2.000	9,2%	7,4%	4,6%	12,3%
2.001 a 10.000	9,2%	5,7%	7,4%	12,2%
10.001 a 20.000	6,9%	5,7%	7,8%	13,4%
20.001 a 100.000	8,6%	4,7%	7,7%	12,3%
100.001 a 400.000	13,0%	4,8%	9,7%	9,3%
Más de 400.001	10,8%	4,4%	6,5%	6,7%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

En lo relativo al **porcentaje de jóvenes que ha consumido alcohol en los últimos 7 días**, cabe señalar que mientras que para los chicos no existen grandes diferencias entre territorios, entre las chicas existen importantes diferencias intragénero incluso entre los municipios de menor tamaño. Así, mientras que 4 de cada 10 chicas (39,5%) en los municipios de 2.001 a 10.000 habitantes ha bebido alcohol en los últimos 7 años, este porcentaje desciende hasta el 27,2% en el caso de los municipios con menos de 2.000 habitantes. No obstante, es también reseñable que, en todas las tipologías de municipios, son los chicos quienes presentan unos mayores porcentajes.

Gráfico 6. Porcentaje de jóvenes que ha consumido algún tipo de bebida alcohólica en los últimos 7 días.

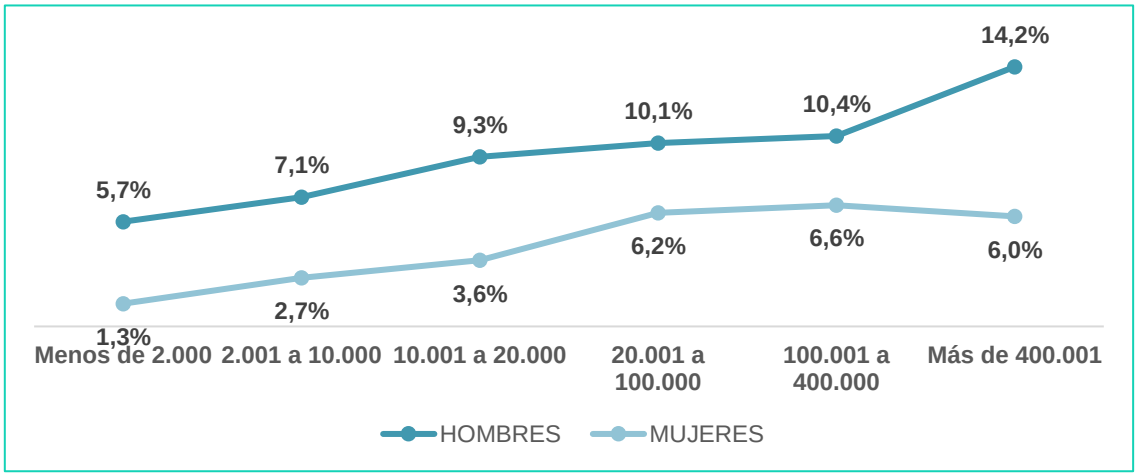


Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Respecto al tipo de **bebidas alcohólicas más consumidas**, la cerveza se posiciona como la más consumida en prácticamente todos los tipos de municipios y para ambos géneros, con excepción de las mujeres de los municipios de menos de 2.000 habitantes y de los hombres de poblaciones entre 20.000 y 100.000 habitantes, quienes han consumido con algo más de frecuencia licores fuertes solos (ginebra, whisky, licores, etc.) (Ver Anexo, tabla 20)

Asimismo, con relación al consumo de bebidas energéticas mezcladas con bebidas alcohólicas, visibiliza que se trata de una cuestión masculinizada y que tiene un mayor impacto en las grandes ciudades:

Gráfico 7. Porcentaje de jóvenes que han tomado bebidas energéticas (Red Bull, Burn, Monster…) mezcladas con bebidas alcohólicas en los últimos 30 días.



Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

No obstante, con ligeras diferencias entre los distintos tipos de municipios, alrededor del 40% de chicos y del 45-50% de chicas, no han consumido bebidas alcohólicas en los últimos 7 días. Nuevamente son las chicas, en todos los casos, las que en mayor proporción declaran no haber consumido alcohol, especialmente en el caso de los municipios de 100.000 a 400.000 habitantes (52%), con una diferencia de 13,8 puntos porcentuales con respecto a los chicos (38,2%).

Tabla 4. Porcentaje de jóvenes que no ha tomado bebidas alcohólicas en los últimos 7 días

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	No he tomado bebidas alcohólicas durante los últimos 7 días	
	Hombre	Mujer
Menos de 2.000	41,4%	50,6%
2.001 a 10.000	37,9%	48,3%
10.001 a 20.000	42,4%	51,3%
20.001 a 100.000	42,5%	48,1%
100.001 a 400.000	**38,2%**	**52,0%**
Más de 400.001	38,9%	45,4%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

1.2 MOTIVACIONES Y PERCEPCIONES DEL CONSUMO

En lo concerniente a las principales **cuestiones que motivan a los y las jóvenes para consumir alcohol**, conviene señalar que no existen grandes diferencias entre los distintos tipos de municipios, así como tampoco entre chicos y chicas. No obstante, existen algunos matices concretos que necesitan ser reseñados:

- Aunque las motivaciones relacionadas con “beber porque les gusta cómo se sienten después” o “porque es divertido o anima las fiestas y celebraciones” son las mayoritarias entre los y las jóvenes, adquieren algo más de relevancia en los municipios de tamaño mediano-grande (especialmente entre los de 20.0001 a 100.000 habitantes). Asimismo, aunque las frecuencias en estas cuestiones son similares entre ambos géneros, tienen un mayor peso en el caso de los chicos, en todos los territorios analizados.

- El resto de motivaciones son minoritarias (beber solo para emborracharse, para encajar en un grupo, para olvidarse de todo o por la creencia de que es saludable). Sin embargo, es en los municipios de tamaño pequeño (hasta 20.000 habitantes) en los que en mayor medida se alegan estas cuestiones. Pese a que nuevamente los chicos, en la mayoría de las casuísticas, presentan frecuencias más elevadas, las chicas -en los municipios pequeños- son algo más numerosas en “encajar en un grupo” o “porque es saludable”.

Tabla 5.Motivos por los que se ha bebido siempre o casi siempre. Datos en %.

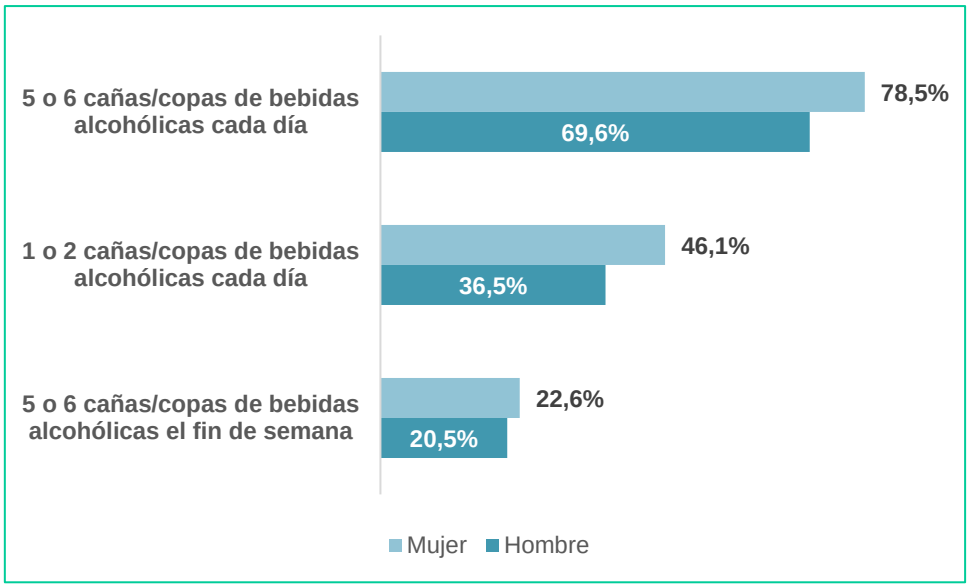
		Menos de 2.000	2.001 a 10.000	10.001 a 20.000	20.001 a 100.000	100.001 a 400.000	Más de 400.001
Porque le gusta cómo se siente después de beber	Hombre	6,9%	14,2%	14,8%	**17,2%**	11,9%	10,8%
	Mujer	7,3%	11,5%	10,4%	**14,9%**	11,5%	10,2%
Porque es divertido o porque anima las fiestas y celebraciones	Hombre	14,2%	25,7%	25,1%	**32,1%**	23,4%	21,0%
	Mujer	13,6%	**21,6%**	19,6%	**21,7%**	**21,3%**	17,7%
Sólo para emborracharse	Hombre	,0%	**3,2%**	**3,0%**	3,1%	1,7%	1,9%
	Mujer	1,2%	**2,3%**	,0%	2,1%	1,1%	**3,2%**
Para encajar en un grupo que le gusta o para no sentirse excluido (en relación con los demás)	Hombre	**5,7%**	4,6%	4,4%	**5,6%**	**6,2%**	2,2%
	Mujer	3,8%	**4,9%**	**5,2%**	3,6%	3,5%	1,6%
Porque le ayuda cuando se siente deprimido o cuando necesita olvidarse de todo	Hombre	,0%	**1,1%**	,5%	,9%	,5%	,3%
	Mujer	,0%	**,8%**	,5%	,4%	,5%	,3%
Porque cree que es saludable o porque forma parte de una alimentación equilibrada	Hombre	**1,1%**	**1,4%**	**1,0%**	,7%	**1,5%**	,9%
	Mujer	**2,5%**	**,8%**	,5%	,6%	,5%	,3%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Por otro lado, la gran mayoría de jóvenes y, especialmente las chicas, tienen **una consideración insalubre del consumo de alcohol**, sobre todo si se trata de consumos diarios y en grandes cantidades. Así, el 78,5% de chicas y el 69,6% de chicos, considera que beber 5 o 6 cañas/copas de alcohol al día puede conllevar bastantes o muchos problemas de salud. Con menor énfasis, el consumo diario de 1 o 2 cañas/copas, es percibido como insano por el 46,1% de ellas y el 36,5% de ellos. Finalmente, el consumo de 5 o 6 cañas/copas durante el fin de semana, es percibido con mucha menos peligrosidad, de manera que solo

alrededor de 2 de cada 10 jóvenes (22,6% de chicas y 20,5% de chicos), así lo consideran. Estos datos muestran una mayor percepción del riesgo en el consumo de alcohol cuándo se produce de manera diaria que cuándo se refiere al consumo de atracón. Si bien estos datos podrían parecer "razonables", ante una lógica que evidencia que consumir diariamente alcohol puede derivar en problemas de alcoholismo, resulta paradigmático cómo esta percepción no se aplica en situaciones en las que el consumo de grandes cantidades de alcohol, puede producir fácilmente una situación de riesgo para la salud.

Gráfico 8. Porcentaje de jóvenes que consideran que beber alcohol puede conllevar bastantes o muchos problemas de salud, según unidades de alcohol



Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

En relación con la permisibilidad de las familias para beber alcohol, casi **la mitad de los y las jóvenes consideran que su madre y/o padre no les dejarían consumir alcohol**. Entre quienes consideran que sí se lo permitirían, es reseñable que existe una tendencia en la que las madres dan una ligera mayor permisibilidad de consumo a las hijas, mientras que los padres lo hacen con los hijos. No obstante, cabe tener en cuenta que esta pregunta contiene un alto porcentaje de NS/NC -algo más entre los chicos-.

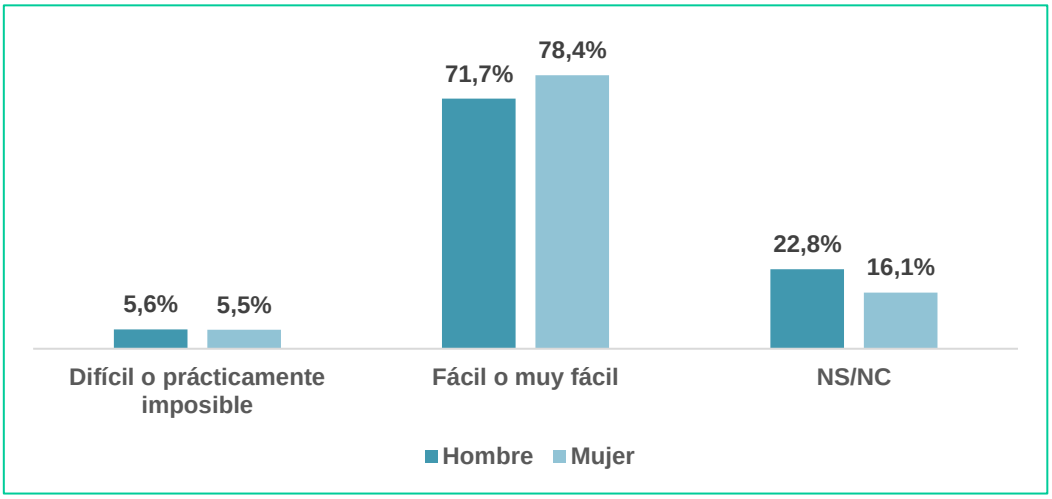
Tabla 6. **Consideraciones sobre la permisibilidad de las madres y padres para consumir alcohol. Datos en %.**

	Mi madre si/no me permitiría beber			Mi padre si/no me permitiría beber		
	No	Sí	NS/NC	No	Sí	NS/NC
Hombre	50,3%	27,8%	21,8%	47,3%	**27,9%**	24,8%
Mujer	50,4%	**30,8%**	18,8%	50,1%	27,0%	23,9%

Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

Sobre el **grado de dificultad percibido para comprar o conseguir bebidas alcohólicas**, la gran mayoría lo percibe como fácil o muy fácil, especialmente entre las chicas (78,4% vs. 71,7% de chicos). Tan solo un 5,6% de ellos y un 5,5% de ellas lo considera difícil o prácticamente imposible.

Gráfico 9. **Percepción sobre el grado de dificultad/facilidad para conseguir alcohol. Datos en %.**

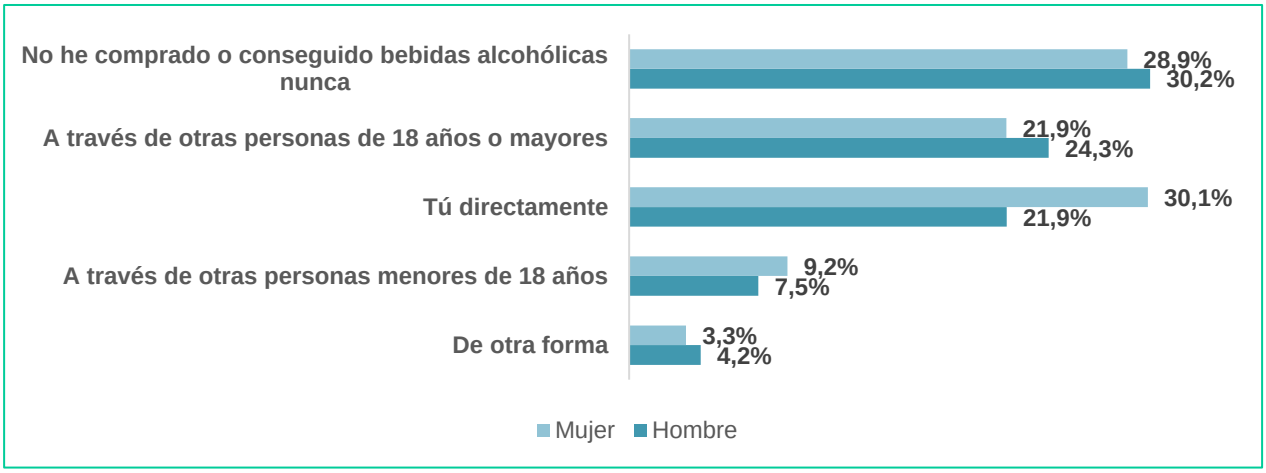


Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

Sobre las formas utilizadas para conseguir o comprar alcohol, una parte importante (28,9% de chicas y un 30,2% de chicos) dice **no haber comprado alcohol nunca**. Entre los y las que sí lo han hecho, un porcentaje importante lo ha hecho a través de personas mayores de 18 años y, en proporciones similares, ellos y ellas directamente. La primera casuística es más común entre los chicos (24,3% vs. 21,9% de chicas), mientras que la compra directa es bastante más frecuente en chicas, (30,1% vs. 21,9% de chicos). Otras estrategias mucho más

minoritarias son a través de otras personas menores de 18 años u otras formas no especificadas.

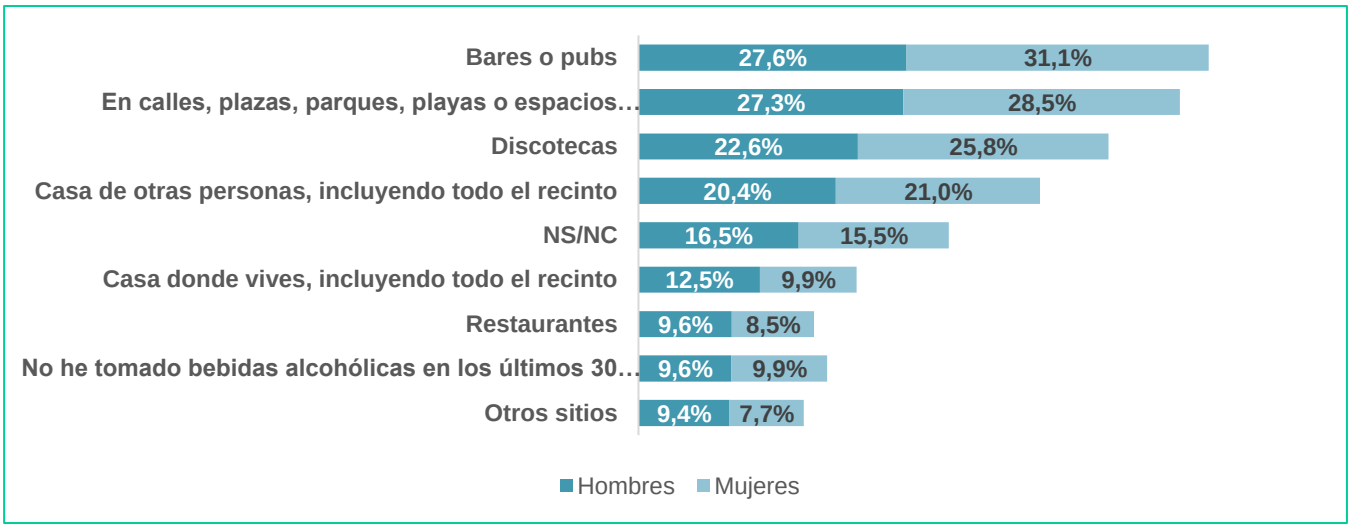
Gráfico 10. Vías utilizadas durante los últimos 30 días para conseguir o comprar bebidas alcohólicas (%).



Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

En lo relativo a los principales **lugares en los que se ha consumido alcohol** en los últimos 30 días, los bares, espacios públicos, discotecas y casas de otras personas, son los espacios en los que mayoritariamente se ha consumido alcohol. Pese a que existen tendencias muy similares entre chicos o chicas, entre ellas es ligeramente más habitual haber consumido alcohol en estos espacios.

Gráfico 11. Lugares de consumo de alcohol durante los últimos 30 días. Datos en %.



Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

1.3 FRECUENCIA DE BORRACHERAS Y CONSUMO EN ATRACÓN

Poniendo la atención en la **frecuencia de las borracheras durante el último mes**, se observa que existe cierta polarización en torno a esta cuestión. Así, mientras que en las ciudades de más de 100.000 habitantes es algo más habitual haberse emborrachado 30 días o más en el último año, se observa que en los municipios más pequeños (menos de 2.000 habitantes) es en los que se condensa los menores porcentajes de jóvenes que no se han emborrachado nunca. Las chicas presentan frecuencias de borracheras más bajas que las de los chicos, así como porcentajes de no consumo más elevados.

Tabla 7. Porcentaje de jóvenes que se han emborrachado 30 días o más en el último año o ningún día

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	30 días o más		No me he emborrachado en los últimos 12 meses	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Menos de 2.000	3,4%	1,2%	21,8%	22,2%
2.001 a 10.000	2,8%	1,1%	23,4%	29,0%
10.001 a 20.000	2,0%	,0%	27,6%	26,0%
20.001 a 100.000	2,2%	1,3%	29,3%	30,8%
100.001 a 400.000	4,5%	1,9%	23,8%	27,4%
Más de 400.001	5,2%	1,9%	26,7%	23,2%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Sin embargo, los datos relativos al porcentaje de jóvenes que **se han emborrachado alguna vez en su vida**, se observa que son ligeramente más numerosas las chicas que se han emborrachado (48,3% vs. 42,5% de chicos) y, en consecuencia, el porcentaje de chicos que nunca se ha emborrachado es algo mayor (29% vs. 26,9% de chicas). La diferencia entre la tabla anterior (Tabla 7) y el gráfico que aparece a continuación (Gráfico 12), puede residir en las distintas frecuencias analizadas (borrachera en el último año *vs.* borracheras a lo largo de tu vida), pero también en el grupo etario analizado. Mientras que la tabla 6, hace referencia a jóvenes de 15 a 25 años, el gráfico 12, se refiere a población entre los 14 y los 18 años. En este sentido, se puede deducir que las chicas se emborrachan por primera vez de manera más temprana que los chicos, pero cuándo ellos comienzan a emborracharse, lo hacen de manera más frecuente. A este respecto, los datos de ESTUDES (2016) muestran que la edad más frecuente (moda) a la que se emborrachan las chicas por primera vez es de 14 años, mientras que la de los chicos es de 15 años.

Gráfico 12. Porcentaje de jóvenes según si se han emborrachado o no alguna vez en su vida.

	Hombre	Mujer
Alguna vez me he emborrachado	42,5%	48,3%
Nunca he tomado una bebida alcohólica	24,9%	22,3%
Nunca me he emborrachado	29,0%	26,9%
NS/NC	3,7%	2,4%

Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

Por otro lado, en lo concerniente al **consumo de alcohol en grandes cantidades** (más de 6 bebidas en un mismo día), la mayoría de jóvenes, en todos los territorios y para ambos géneros, declara no haber consumido estas cantidades. Sobre el resto de frecuencias analizadas, la más mayoritaria es la relativa a “menos de una vez al mes”, donde predominan algo más los chicos y chicas de municipios pequeños.

En cuanto al consumo mensual, predominan los chicos de los municipios de 2.001 a 10.000 habitantes (8,2%) y de 20.001 a 100.000 habitantes (6,1%). Las frecuencias de las chicas entre los diferentes tipos de poblaciones oscilan entre el 2,7% y el 3,7%, con excepción de los municipios de menos de 2.000 habitantes, donde el porcentaje es de 0%. En lo relativo al consumo semanal, las frecuencias descienden todavía más, oscilando entre el 2,2% y el 5% en el caso de los chicos y entre el 0% y el 0,9% en el de las chicas. Finalmente, cabe señalar el alto porcentaje de NS/NC que alberga esta pregunta, especialmente entre las chicas de los municipios de menos de 20.000 habitantes. Respuesta que, a menudo, implica una solución para no ubicarse en posiciones de escasa aceptación social.

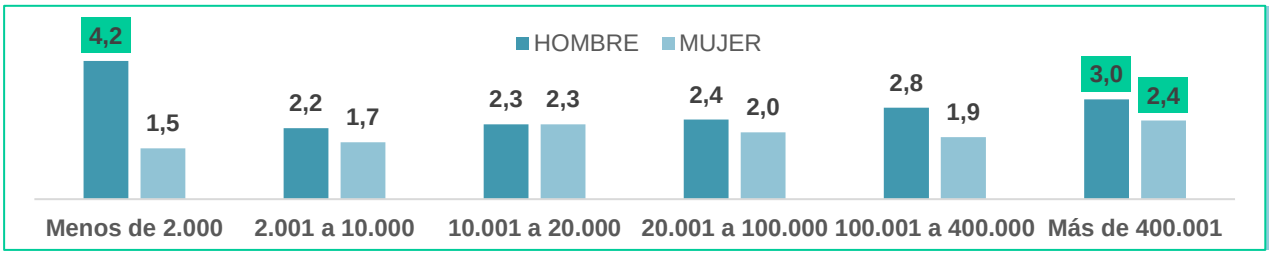
Tabla 8. **Frecuencia en la que se han tomado 6 o más bebidas alcohólicas en un mismo día, en el último año. Datos en %.**

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	Nunca		Menos de una vez al mes		Mensualmente		Semanalmente		NS/NC	
	H[3]	M[4]	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	44,8%	45,7%	**26,4%**	**19,8%**	4,6%	,0%	4,6%	,0%	19,5%	34,6%
2.001 a 10.000	41,6%	50,8%	23,8%	**21,4%**	**8,2%**	2,7%	3,2%	,0%	23,1%	25,2%
10.001 a 20.000	47,5%	48,2%	24,5%	12,4%	5,9%	3,6%	2,5%	,5%	19,6%	35,2%
20.001 a 100.000	48,8%	55,2%	21,0%	12,2%	**6,1%**	2,8%	3,1%	,9%	21,0%	28,8%
100.001 a 400.000	42,4%	57,4%	24,2%	13,8%	5,5%	3,7%	5,0%	,5%	22,9%	24,5%
Más de 400.001	48,8%	55,6%	22,5%	14,0%	5,9%	3,5%	2,2%	,3%	20,7%	26,7%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Entre quienes han consumido cantidades importantes de alcohol en último mes (Gráfico 13), se observa que el mayor **número medio de días** se concentra en los chicos de los municipios más pequeños (4,5 días durante el último mes), seguido de los chicos de los municipios más grandes (3 días). En el caso de las chicas, y con relativa distancia de los chicos, el mayor número medio de días acontece entre las chicas de los grandes municipios (2,4 días).

Gráfico 13. **Número medio de días que se han tomado 5 o más bebidas alcohólicas en la misma ocasión, en los últimos 30 días. Datos en días.**

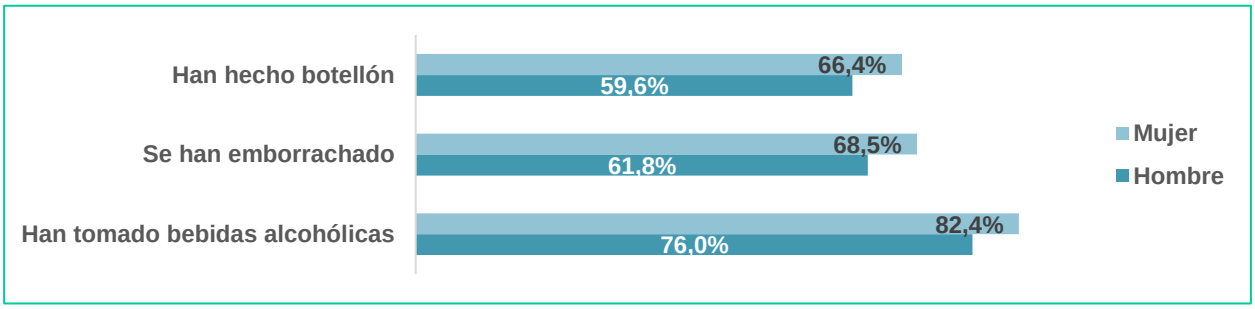


Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

[3] Hombres
[4] Mujeres

En relación con los datos que se han venido viendo, el 82,4% de las chicas y el 76% de los chicos afirman que la mayoría de sus amigos/as se ha emborrachado. En menor proporción, el 68,5% de ellas y el 61,8% de ellos aseguran que éstos/as se han emborrachado. Finalmente, y en lo referido a "ir de botellón" el 66,4% de las chicas y, en menor medida, el 59,6% de los chicos aseguran que la mayor parte de su grupo de amigos/as han hecho botellón.

Gráfico 14. Porcentaje de jóvenes que afirma que la mayoría de sus amigos/as...



Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

Aterrizando el análisis en la **realización de botellón**, se observa que los porcentajes acumulados de las diferentes respuestas distan bastante en función de si se pregunta por lo que hace su grupo de pares (Gráfico 14) o ellos/as mismos/as (Tabla 9). Así, aproximadamente el 50% de chicas y chicos de los diferentes territorios, afirma no haber hecho botellón nunca o no haberlo hecho durante el último año. Entre quienes aseguran haberlo realizado, adquieren especial importancia los chicos y, especialmente, los que residen en municipios de entre 10.001 y 20.000 habitantes. Éstos, además de ser los que en mayor medida declaran haber hecho botellón, también son los que presentan una mayor diferencia con respecto a las mujeres que residen en municipios del mismo tamaño (47,5% vs. 28,6% de chicas). Desde la experiencia de las chicas, son los municipios de entre 2.001 a 10.000 habitantes en los que en mayor proporción se realiza botellón (41,4%), seguidas con bastante distancia por las chicas de los municipios de 100.001 a 400.000 habitantes (33, 2%). Así, a nivel general, se observa una tendencia en la que la realización del botellón parece ser algo más habitual en los municipios de tamaño pequeño (entre 2001 y 20000 habitantes) y, algo más, entre los chicos.

Tabla 9. **Porcentaje de jóvenes según si han hecho botellón o no en el último año**

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	He hecho botellón en el último año		No he hecho botellón en el último año		Nunca he hecho botellón		NS/NC	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	37,9%	32,1%	35,6%	25,9%	24,1%	40,7%	2,3%	1,2%
2.001 a 10.000	44,9%	**41,4%**	27,6%	27,4%	26,9%	30,8%	,7%	,4%
10.001 a 20.000	**47,5%**	**28,6%**	24,0%	32,8%	27,0%	37,5%	1,5%	1,0%
20.001 a 100.000	39,5%	31,1%	32,7%	30,5%	26,6%	36,9%	1,3%	1,5%
100.001 a 400.000	39,8%	**33,2%**	28,4%	29,3%	30,6%	36,7%	1,2%	,8%
Más de 400.001	35,9%	29,0%	27,2%	29,3%	35,3%	40,4%	1,5%	1,3%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

En lo referido a la **frecuencia con la que se ha hecho botellón en el último año**, existen tendencias parecidas entre los distintos tipos de municipios, aunque con ligeros matices. En este sentido, las declaraciones más habituales se comprenden entre 1 o 2 días al mes/ menos de 1 día al mes/ de 1 a 3 días al año, siendo las otras dos frecuencias analizadas (2 o más días a la semana/ 3 o 4 días al mes) mucho más minoritarias. Sobre esta cuestión, vuelven a ser los municipios de pequeño-mediano tamaño (entre 2.0001 y 20.000 habitantes), los que aglutinan los mayores porcentajes de realización "habitual" del botellón, principalmente entre los chicos, pero también -en algunas casuísticas- entre las chicas.

Tabla 10. **Frecuencia con la que han hecho botellón en el último año. Datos en %.**

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	2 o más días a la semana		3 o 4 días al mes		1 o 2 días al mes		Menos de 1 día al mes		De 1 a 3 días al año	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	,0%	,0%	3,4%	3,7%	10,3%	6,2%	10,3%	12,3%	13,8%	9,9%
2.001 a 10.000	1,4%	,8%	3,2%	3,4%	**12,0%**	**10,6%**	**18,4%**	**15,2%**	**9,9%**	**11,4%**
10.001 a 20.000	1,5%	,5%	1,5%	1,6%	**13,2%**	5,7%	**14,2%**	7,8%	**17,2%**	**13,0%**
20.001 a 100.000	1,1%	1,1%	4,1%	3,2%	10,1%	6,0%	10,8%	9,4%	13,5%	11,3%

100.001 a 400.000	1,7%	,5%	4,5%	2,4%	9,2%	9,8%	12,4%	9,8%	11,9%	10,6%
Más de 400.001	,6%	,6%	3,7%	2,5%	10,2%	8,2%	11,5%	7,9%	9,9%	9,8%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Aterrizando en las diversas **problemáticas derivadas del consumo de bebidas alcohólicas** y, en concreto, haber sufrido dificultades para hablar, sensación de inestabilidad o mareos en el último año como consecuencia de haber bebido, una parte importante de jóvenes declara no haber sufrido síntomas de estas características. Sobre los porcentajes de quienes lo han sufrido 30 días o más, pese a ser casi anecdóticos, cabe mencionar que son algo más padecidos por chicos y -especialmente- entro los que residen en municipios de entre 2.000 y 10.000 habitantes, así como en municipios de 100.000 a 400.000 habitantes. Asimismo, son las chicas de estas poblaciones las que también destacan entre ellas, aunque en menor medida que ellos.

Tabla 11. Porcentaje de jóvenes que ha bebido lo suficiente para sentir sensación de inestabilidad, mareo o dificultades para hablar en el último año, según frecuencia de días

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	30 días o más		No he tenido esa sensación en los últimos 12 meses	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Menos de 2.000	,0%	,0%	31,4%	30,9%
2.001 a 10.000	**1,8%**	**,8%**	25,3%	29,5%
10.001 a 20.000	1,0%	,0%	28,9%	31,6%
20.001 a 100.000	1,3%	,2%	32,0%	30,0%
100.001 a 400.000	**1,7%**	**,8%**	27,9%	29,5%
Más de 400.001	,9%	,3%	29,6%	25,9%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Algo similar ocurre con el hecho de "**no haber podido parar de beber una vez que se había empezado**", donde la gran mayoría de chicos y chicas declara que nunca les ha ocurrido. Entre quienes sí, destacan los chicos de los municipios de 2.000 a 10.000 habitantes en la frecuencia "menos de una vez al año" (11%) y, en menor medida, los chicos de municipios de

20.001 a 100.000 habitantes (9,5%) y de más de 400.000 habitantes (9,6%). En las frecuencias mensuales y semanales, nuevamente son los chicos los que declaran haber padecido estos síntomas en mayor medida que las chicas. No obstante, tanto en esta tabla (Tabla 11) como en las sucesivas (Tablas 12, 13 y 14), es necesario tener en cuenta el alto porcentaje de NS/NC que condensan estas preguntas, especialmente entre las chicas. Estos altos porcentajes, como se mencionó anteriormente, pueden implicar una dificultad para hablar o posicionarse en ciertas situaciones que suelen ser "reprochables" socialmente, como puede ser el caso de "no poder parar de beber".

Tabla 12. Frecuencia con la que no se ha podido parar de beber, en el último año, una vez que se ha empezado. Datos en %.

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	Nunca		Menos de una vez al mes		Mensualmente		Semanalmente		NS/NC	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	70,1%	61,7%	9,2%	3,7%	1,1%	,0%	,0%	,0%	19,5%	25,2%
2.001 a 10.000	64,9%	69,1%	**11,0%**	4,2%	**1,1%**	1,1%	**,0%**	,4%	23,0%	35,2%
10.001 a 20.000	72,9%	59,6%	6,9%	4,7%	,0%	,5%	,5%	,0%	19,7%	28,9%
20.001 a 100.000	66,6%	64,7%	**9,5%**	5,8%	**2,2%**	,4%	**,7%**	,2%	21,0%	24,8%
100.001 a 400.000	64,2%	68,3%	9,2%	5,6%	2,7%	1,3%	1,0%	,0%	22,9%	26,7%
Más de 400.001	67,5%	67,3%	**9,6%**	5,4%	**1,9%**	,6%	**,3%**	,0%	20,7%	34,6%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Sobre quienes **no han podido atender sus obligaciones por haber bebido**, la mayoría de jóvenes considera que nunca les ha ocurrido (posición que manifiestan algo más los hombres que las mujeres). Pero, al mismo tiempo, si se atiende a las frecuencias "menos de una vez a la semana" y "mensualmente", se observa que también existe una ligera mayor incidencia entre los chicos. No obstante, sobre esta cuestión, vuelve a ser necesario tomar en consideración el alto porcentaje de NS/NC que alberga la pregunta, especialmente entre las chicas.

Tabla 13. **Porcentaje de jóvenes según frecuencia con la que no han podido atender sus obligaciones porque habían bebido en el último año**

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	Nunca		Menos de una vez al mes		Mensualmente		NS/NC	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	75,0%	63,0%	4,5%	2,5%	1,1%	,0%	19,3%	34,6%
2.001 a 10.000	71,6%	72,1%	5,0%	2,7%	,4%	,0%	23,0%	25,2%
10.001 a 20.000	76,4%	63,7%	3,9%	,5%	,0%	,5%	19,7%	35,2%
20.001 a 100.000	71,9%	67,9%	5,6%	3,2%	1,7%	,0%	21,0%	28,9%
100.001 a 400.000	72,3%	70,7%	4,2%	4,3%	,5%	,3%	22,9%	24,7%
Más de 400.001	72,1%	69,8%	6,5%	2,2%	,6%	,3%	20,7%	27,6%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

En relación con quienes han tenido **remordimientos o sentimientos de culpa después de haber bebido,** destacan los chicos de los municipios pequeños (menos de 20.000 habitantes), mientras que las chicas de estas poblaciones presentan porcentajes muy similares al del resto de territorios. De nuevo, los hombres alegan haberlo padecido en mayor medida que las chicas.

Tabla 14. **Porcentaje de jóvenes según frecuencia con la que han tenido remordimientos o sentimientos de culpa después de haber bebido en el último año**

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	Nunca		Menos de una vez al mes		Mensualmente		NS/NC	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	65,5%	58,0%	**13,8%**	6,2%	1,1%	1,2%	19,5%	34,6%
2.001 a 10.000	68,1%	67,6%	**8,5%**	6,5%	,4%	,4%	23,0%	25,2%
10.001 a 20.000	70,9%	61,1%	**8,9%**	3,1%	,5%	,5%	19,7%	35,2%
20.001 a 100.000	69,8%	65,3%	7,9%	5,3%	1,1%	,4%	21,0%	29,1%
100.001 a 400.000	69,3%	67,0%	6,7%	6,6%	,5%	1,6%	23,2%	24,7%
Más de 400.001	70,8%	66,3%	7,7%	6,7%	,9%	,0%	20,6%	27,0%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Entre quienes **no han podido recordar lo que sucedió la noche anterior por haber bebido**, en la frecuencia "menos de una vez al mes", destacan ligeramente los hombres de municipios de menos de 2.000 habitantes (11,5%), seguidos de los chicos de poblaciones de entre 100.000 y 400.000 habitantes (10%). Asimismo, son las chicas de estos municipios las que también alegan haber vivido esta experiencia, aunque en menor medida que los chicos.

Tabla 15. Porcentaje de jóvenes según frecuencia con la que no han podido recordar lo que sucedió la noche anterior por haber bebido, durante el último año

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	Nunca		Menos de una vez al mes		Mensualmente		NS/NC	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	69,0%	58,0%	**11,5%**	**7,4%**	,0%	,0%	19,5%	34,6%
2.001 a 10.000	68,4%	69,5%	7,8%	5,0%	,7%	,0%	23,0%	25,2%
10.001 a 20.000	70,9%	60,1%	8,9%	4,1%	,5%	,5%	19,7%	35,2%
20.001 a 100.000	69,8%	64,6%	7,7%	5,8%	,7%	,6%	21,0%	29,0%
100.001 a 400.000	65,7%	66,5%	**10,0%**	**7,7%**	1,2%	,8%	23,1%	24,7%
Más de 400.001	68,6%	67,4%	9,2%	5,7%	1,5%	,0%	20,6%	26,9%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Pese a que la mayoría de los y las jóvenes no han resultado **heridos/as por haber bebido**, alrededor de un 2,8%-5% en el en el caso de los chicos sí lo ha hecho y, en menor medida, en torno al 1-3% de chicas. Tanto entre los chicos como entre las chicas, destacan ligeramente los y las jóvenes que residen en municipios de entre 20.000 y 400.000 habitantes.

Tabla 16. Porcentaje de jóvenes según si han resultado heridos/as o no por haber bebido, durante el último año

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	No		Sí	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Menos de 2.000	77,0%	63,8%	3,4%	1,3%
2.001 a 10.000	74,0%	72,2%	2,8%	2,7%
10.001 a 20.000	77,5%	63,2%	2,9%	1,0%
20.001 a 100.000	74,6%	67,4%	**4,1%**	**3,0%**
100.001 a 400.000	71,6%	72,3%	**5,0%**	**2,7%**

Más de 400.001	75,3%	71,2%	3,7%	2,2%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Por otro lado, en lo referido a aquellos chicos y chicas que han manifestado **que algún familiar, amigo/a o profesional ha mostrado cierta preocupación por su consumo de alcohol** durante el último año, cabe señalar q pese a que las diferencias entre hombres y mujeres son muy pequeñas, son los hombres quienes en mayor proporción ha manifestado esta problemática. Según el tipo de municipio no existen grandes diferencias, sin embargo, parece útil resaltar que acontece ligeramente más en los municipios de tamaño mediano-grande, con excepción del caso de las mujeres de las poblaciones de entre 2.000 a 10.000 habitantes, donde -de hecho- se concentra el grupo de mujeres más numeroso con esta problemática (3,4%).

Tabla 17. Porcentaje de jóvenes según si algún familiar, amigo/a o profesional ha mostrado preocupación por su consumo de alcohol durante el último año

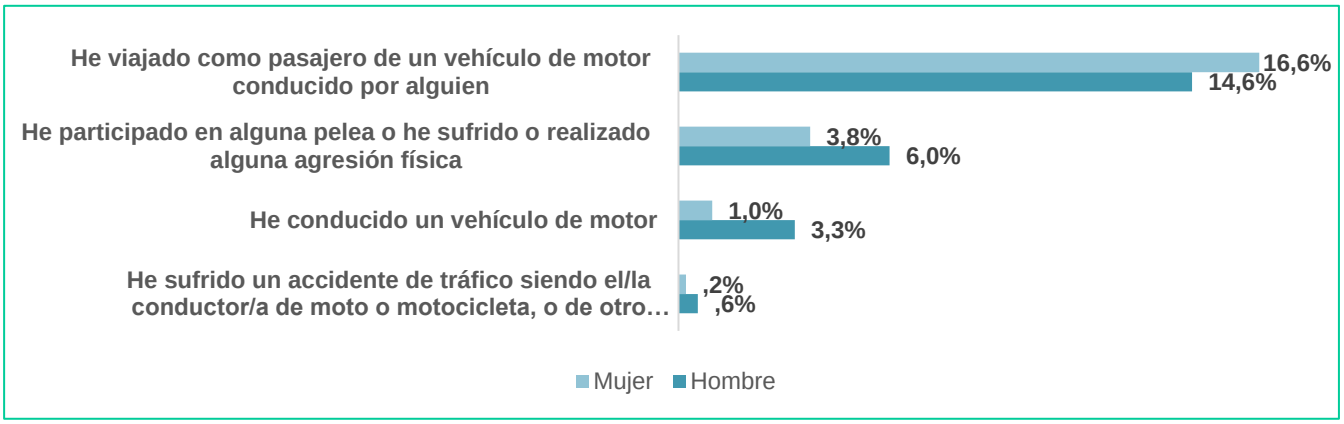
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	No		Sí	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Menos de 2.000	76,7%	63,8%	3,5%	1,3%
2.001 a 10.000	73,4%	71,5%	3,5%	**3,4%**
10.001 a 20.000	77,8%	63,7%	2,5%	,5%
20.001 a 100.000	74,9%	68,3%	3,9%	2,1%
100.001 a 400.000	72,4%	71,7%	4,2%	3,2%
Más de 400.001	75,2%	70,8%	3,7%	2,5%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Finalmente, sobre las **acciones realizadas bajo los efectos del alcohol en el último año**, de entre las analizadas, la más habitual es haber viajado como pasajero/a de un vehículo a motor (aunque esto no implique que el conductor o conductora haya bebido). Esta cuestión es ligeramente más habitual entre las chicas (16,6% vs. 14,6% de chicos). Con proporciones mucho menores, “haber participado en una pelea”, es la segunda acción más realizada y casi por el doble de chicos (6%) que de chicas (3,8%). Asimismo, haber conducido un vehículo tras haber bebido, ha sido una cuestión realizada por el 3,3% de chicos vs. el 1% de chicas.

Finalmente, haber tenido un accidente de tráfico como conductor/a ha sido sufrido por un 0,6% de chicos y un 0,2% de chicas (no obstante, en este sentido hay que tener en cuenta que la edad de la muestra para esta cuestión es de 14 a 18 años, edades en la que la mayoría de jóvenes no tienen ningún permiso de conducir).

Gráfico 15. Acciones realizadas bajo los efectos del alcohol durante los últimos 12 meses. Datos en %.



Fuente: elaboración propia a partir de ESTUDES (2016)

1.4 POSICIONAMIENTOS SOBRE EL PATROCINIO DEL CONSUMO DE ALCOHOL

En lo que concierne al **grado de acuerdo o desacuerdo con diferentes afirmaciones relacionadas con el consumo de alcohol**, se visibilizan varias cuestiones que dejan entrever algunos matices perceptivos:

- Se observa una tendencia en la que la restricción del alcohol tiende a ser más respaldada en los pueblos pequeños y, muy especialmente, entre las chicas. No obstante, al mismo tiempo, son los y las jóvenes de municipios de tamaño mediano-pequeño (entre 10.001 y 20.000 habitantes) los y las que en mayor proporción consideran que el alcohol no debería tener ninguna restricción (45,6% de chicos y 41,2% de chicas).

- La mayoría de jóvenes considera que las personas adultas son lo suficientemente responsables como para protegerse a sí mismas de los daños relacionados con el

consumo de alcohol. Sin embargo, esta concepción es más habitual entre los municipios de tamaño pequeño-mediano (hasta 100.000 habitantes). Por el lado contrario, la concepción de que son los poderes públicos los que tienen la responsabilidad de proteger a las personas de los daños derivados del consumo de alcohol, es ligeramente más apoyada en los municipios de mayor tamaño. No obstante, es necesario reseñar que mientras los chicos suelen apelar más a la responsabilidad individual/adulta, las chicas suelen alegar más a la responsabilidad socio-política.

- En lo relativo a "la educación como método prioritario de reducción de daños", cabe señalar que mientras que en los municipios de tamaño pequeño (hasta 10.000 habitantes) es una idea ligeramente más apoyada por los chicos, en los municipios de más de 10.000 habitantes son las chicas quienes más abogan por esta estrategia.

Tabla 18. Grado de acuerdo con diferentes afirmaciones relacionadas con el consumo de alcohol (%)

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	El alcohol es un producto como cualquier otro y no necesita ninguna restricción especial		Las personas adultas son lo suficientemente responsables para protegerse a sí mismas de los daños relacionados con el consumo de alcohol		Los poderes públicos tienen la responsabilidad de proteger a las personas de los daños relacionados con su consumo de alcohol		La educación y la información en materia de alcohol deberían ser las políticas más importantes para reducir los daños relacionados con el alcohol	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	**30,7%**	**24,7%**	67,0%	67,5%	64,4%	72,5%	**89,7%**	86,4%
2.001 a 10.000	36,9%	34,2%	**74,8%**	68,4%	69,1%	68,8%	86,2%	87,5%
10.001 a 20.000	**45,6%**	**41,2%**	**70,6%**	**73,1%**	69,6%	**73,1%**	80,4%	88,7%
20.001 a 100.000	37,6%	34,0%	**73,1%**	**77,9%**	**74,3%**	**73,8%**	86,9%	**90,0%**
100.001 a 400.000	37,0%	32,2%	65,2%	67,6%	72,4%	**73,6%**	86,5%	89,1%
Más de 400.001	39,9%	35,9%	69,4%	65,2%	69,4%	67,7%	86,7%	87,0%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

Finalmente, en cuanto a las percepciones de los y las jóvenes en materia de patrocinio de las bebidas alcohólicas, se observa una cierta tolerancia con respecto a la publicidad de éstas, ya que tan solo en torno a un 40-60% considera que "se debería prohibir su publicidad" o que

"el patrocinio de deportistas o eventos deportivos por parte de la industria del alcohol deberían estar prohibidos". Asimismo, porcentajes similares adquiere la afirmación "que sean los/as tutores/as legales los y las que decidan a qué edad pueden beber alcohol sus hijos/as". Sobre estas cuestiones no existen grandes diferencias entre los diferentes tipos de municipios, pero sí entre géneros: son las chicas y, especialmente las que residen en los municipios más pequeños, las que se muestran más a favor de prohibir este tipo de patrocinios y restricciones por parte los/as tutores/as.

La afirmación relativa a "en los envases de las bebidas alcohólicas se deberían mostrar las advertencias sobre los daños relacionados con el alcohol" es la que mayor consenso alcanza; en torno al 67-80% de los chicos y el 71-80% de las chicas, así lo cree. En este sentido, también sigue habiendo tendencias similares entre los distintos municipios, pero resaltan los chicos de los municipios de menos de 2.000 habitantes y las chicas de las poblaciones de entre 2.001 a 10.000 habitantes.

Tabla 19. Grado de acuerdo con diferentes afirmaciones relacionadas con el patrocinio de bebidas alcohólicas. Datos en %.

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	Se debería prohibir la publicidad de bebidas alcohólicas		En los envases de las bebidas alcohólicas se deberían mostrar advertencias sobre los daños relacionados con el alcohol		Los padres o tutores legales, y no las autoridades legales, deben decidir a qué edad se permite a los hijos consumir bebidas alcohólicas		El patrocinio de deportistas, equipos deportivos o eventos deportivos por parte de la industria del alcohol debieran estar prohibidos por ley	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Menos de 2.000	50,6%	**60,5%**	**80,5%**	71,6%	54,0%	**63,8%**	55,2%	63,0%
2.001 a 10.000	42,3%	53,2%	74,1%	**82,5%**	62,1%	58,3%	56,4%	**67,3%**
10.001 a 20.000	46,6%	51,3%	67,5%	72,0%	63,2%	59,8%	52,7%	60,6%
20.001 a 100.000	46,9%	57,4%	71,9%	80,9%	62,3%	62,6%	54,4%	61,1%
100.001 a 400.000	50,7%	57,9%	75,3%	77,6%	56,7%	58,7%	58,4%	61,1%
Más de 400.001	44,8%	52,8%	72,1%	78,5%	60,5%	55,6%	53,4%	63,6%

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (2017)

1.5 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA EXPLOTACIÓN ESTADÍSTICA

Realizar una mirada transversal a los datos expuestos en este apartado, permite llegar a algunas deducciones clave que posibilitan enmarcar y orientar el posterior trabajo de campo cualitativo. En este sentido, una lectura interpretativa de los resultados da cuenta de la importancia de la categoría género en las formas en las que se consume alcohol, su frecuencia e incluso algunas percepciones que giran en torno al él. Al mismo tiempo, el tamaño del municipio ha resultado ser una variable que también parece condicionar todas estas cuestiones de manera aguda.

En esta línea, es necesario señalar que, pese a que las tendencias de consumo de alcohol son similares entre géneros en prácticamente todas las casuísticas y tipos de municipios analizados, los chicos superan a las chicas en frecuencia de consumo de alcohol y gravedad (borracheras, consumo de atracón, etc.). En este sentido, el **género aparece como una variable que modula en gran medida las pautas de consumo de chicos y chicas**:

- Sin embargo, cabe mencionar que pese a que, en ciertas cuestiones, como la edad de inicio de consumo, frecuencias de consumo, etc., no hay grandes equidistancias entre chicos y chicas, **las chicas se muestran bastante más "intolerantes" con la aceptación social del alcohol**. Esta cuestión podría indicar una mayor disociación en el caso de ellas, entre lo que se hace y lo que se piensa que se debería hacer.

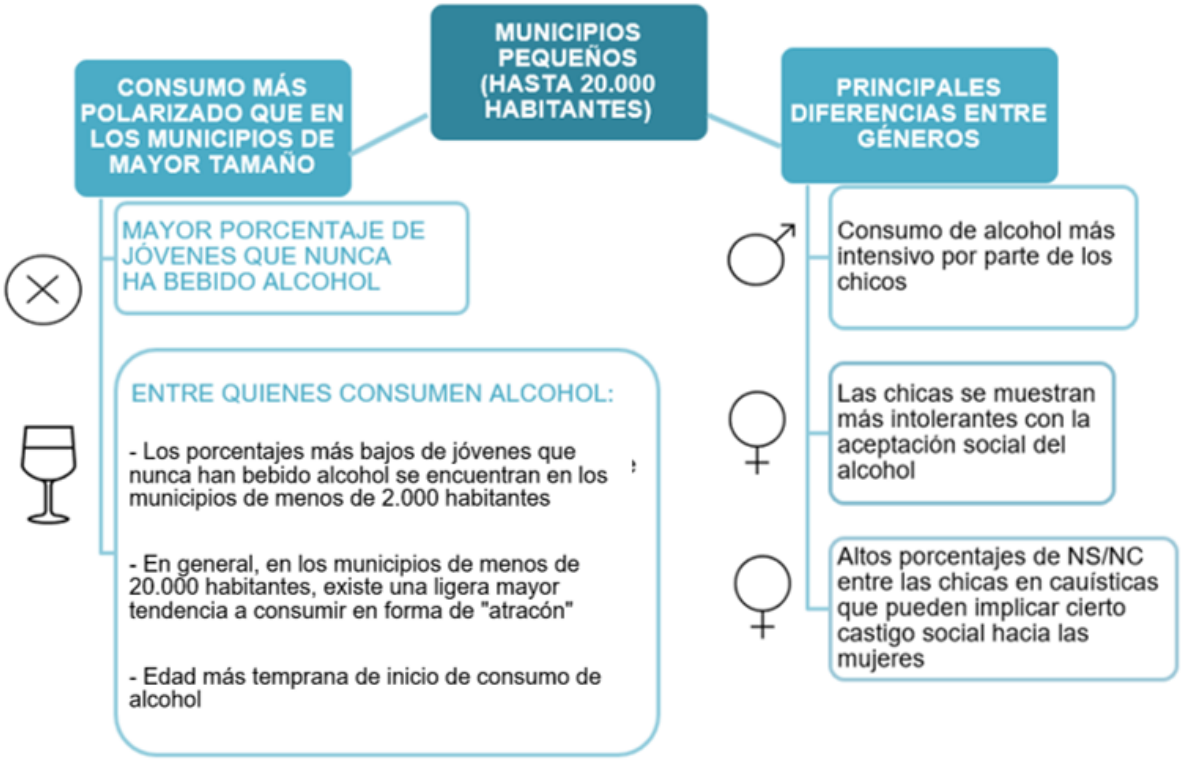
- En esta línea, también es necesario tener en cuenta los **altos porcentajes femeninos de NS/NC** que acumulan algunas preguntas relacionadas con la sintomatología derivada de haber consumido alcohol -especialmente en el caso de los municipios más pequeños-, al ser cuestiones que pueden implicar un mayor castigo social para las chicas.

Al mismo tiempo, el tamaño del municipio analizado resulta ser un marcador de tendencias en muchas ocasiones. Es decir, pese a que casi siempre los chicos hacen un consumo de alcohol más abusivo, **el tamaño de la población pauta estructuras socio-conductuales**

similares entre chicos y chicas. Así, el tipo de población referida delimita en gran medida qué conductas ante el consumo van a ser más frecuentes -para ambos géneros- y cuáles no.

- A nivel general, en los **municipios de pequeño tamaño-mediano (hasta 20.000 habitantes)**, existe un **mayor porcentaje de jóvenes que nunca ha tomado alcohol,** especialmente entre las chicas. No obstante, **las posturas y actitudes ante el consumo de alcohol en estos municipios parecen estar bastante polarizadas** ya que, al mismo tiempo:
  - Es en los municipios de menos de 2.000 habitantes en los que existe un mayor porcentaje de jóvenes que se han emborrachado alguna vez en su vida.
  - Entre quienes han tomado alcohol alguna vez en su vida, la edad de inicio de consumo es más temprana en los municipios más pequeños. Además, los chicos empiezan a consumir antes que las chicas.
  - Además, son los chicos de los municipios de menos de 2.000 habitantes, los que con mayor frecuencia han consumido 5 o más bebidas alcohólicas en los últimos 30 días.

Ilustración 1. **Resumen principales hallazgos estadísticos en municipios hasta 20.000 habitantes**



Fuente: elaboración propia

2. FIESTAS PATRONALES, ENTORNO RURAL Y CONSUMO DE ALCOHOL JUVENIL: UN ANÁLISIS CUALITATIVO

A lo largo de todo el apartado anterior se han podido vislumbrar las principales diferencias cuantitativas, halladas durante la revisión estadística, que conciernen al consumo de alcohol juvenil a través de un análisis comparativo urbano-rural, así como entre chicos y chicas. En el presente apartado, a partir del análisis de las entrevistas realizadas a profesionales que trabajan durante el desarrollo de las fiestas patronales de los entornos rurales, se pretende proporcionar un **marco interpretativo cualitativo desde el que analizar algunas de las aristas que interpelan el consumo de alcohol y las estrategias de prevención y atención socio-sanitarias** desplegadas durante el desarrollo de mismas, profundizando siempre en las dinámicas y dialécticas de género que oscilan en torno a estas cuestiones.

2.1 Patrones de consumo, acceso e importancia del alcohol

El análisis estadístico realizado a lo largo del primer apartado del estudio refleja la amplitud con la que el consumo de alcohol interviene en la participación social y recreativa, cuestión que parece agudizarse en los contextos de fiestas patronales. En el caso concreto de los entornos rurales, para las personas expertas entrevistadas, **el consumo de alcohol actúa como eje vertebral en torno al cual oscila el desarrollo de las fiestas patronales y la participación de la población en ellas** (Cano *et al*., 2011)

"Tampoco descubro nada, pero (el alcohol) es la droga más consumida posiblemente y en torno a la cual se orquestan casi todas las actividades que se llevan a cabo, creo que en todas hay consumo de alcohol, juega un papel primordial"

[Técnico de prevención de adicciones]

No obstante, la importancia del alcohol en estos contextos se asume como un reflejo de las pautas culturales y de las dinámicas sociales imperantes en nuestras sociedades en tanto catalizador de las "celebraciones":

"Dentro de las fiestas patronales el alcohol es parte de la tradición de las fiestas en sí, el consumo, tanto a veces porque no hay actividades alternativas y también como marca de las propias fiestas y es la cultura nacional, lo ves de hecho, no hay evento en que no se beba alcohol."

[Técnico de prevención de adicciones]

Tal es la aceptación social del alcohol como una "droga social" que intermedia en la vida recreativa que, incluso las propias familias, a menudo, se muestran **tolerantes al consumo por parte de sus hijas e hijos menores de edad**. No obstante, estas creencias son la puerta de entrada que permite, autoriza y justifica el inicio del consumo de alcohol (Gómez *et al.,* 2008):

"Ahora mismo en las fiestas hay muchos jóvenes, jóvenes te estoy hablando de 13-14 años que el momento de beber alcohol son las fiestas, y aparte lo que es casi peor es que las familias y el resto de la sociedad no lo vemos como un problema sino como algo normal "no pasa nada porque consuma alcohol en fiesta", y esto luego lo corroboramos, o lo coronamos con "no, si esto lo hemos hecho todo el mundo", y ya nos quedamos tan contentos."

[Técnico de prevención de adicciones]

La omnipresencia e importancia del alcohol como elemento de celebración, también se refleja a través de la facilidad de compra que tienen los y las menores, a pesar de ser una cuestión prohibida por ley:

"Una de las cosas que socialmente en este país tiene una permisibilidad a todo y está asociado en que en el contexto de las fiestas locales de tú localidad (…) y de hecho tenemos constancia de que en algunos sitios los padres son facilitadores, ya no solo por la omisión, o sea por mirar a otro lado, sino que incluso hay padres que directamente ellos se lo han comprado, porque estamos en fiestas y hay que divertirse."

[Técnico de prevención de adicciones]

Todo este contexto deviene en prácticas en las que consumir alcohol torna en una casi obligatoriedad social en la que, no beber, puede implicar un cierto "castigo" social:

> *"Las fiestas es que es a ver quién bebe más, o sea no hay un mañana, si no bebes eres discriminado, que también por ahí hay problemas porque si en una peña de 20 personas uno no bebe, o dos no beben, ya hay problemas de yo no pongo dinero o yo pongo menos porque yo no bebo, yo no voy a comprar alcohol."*
>
> [Técnica de prevención de adicciones]

En este sentido, se establece una disyuntiva en la que desde los municipios se detecta la necesidad de ampliar (o iniciar) actividades libres de alcohol, pero, sin embargo, se considera que la participación en ellas sería deficitaria. Existe, por tanto, una **falta de creatividad administrativa orientada al "ocio saludable"** dentro de las fiestas patronales, que puede derivar en que los y las jóvenes no encuentren alternativas al alcohol y, al mismo tiempo, una asunción social de la recreación orientada al consumo de alcohol, que insta a los Ayuntamientos a no diseñar actividades libres de alcohol:

> *"Creo que no habría gente dispuesta a participar en las fiestas del pueblo en actividades que estén libre de alcohol, no sé, muchas veces relacionamos eso, fiesta y alcohol, cuando no tiene que ser así, pero sí, lo relacionamos."*
>
> [Concejala de festejos]

Además, cuando se habla de actividades libres de alcohol, es común señalar **actividades que suelen estar relacionadas con la masculinidad** (como el fútbol, el baloncesto, etc.), cuestión que puede derivar en dejar a las chicas fuera de la -ya de por sí escasa- oferta "libre de alcohol":

> *"Organizar se organizan campeonatos de fútbol y participan, se llevan organizando 12 o 13 años olimpiadas, empecé yo hace, pues eso, 12 años, cuando yo entré en el ayuntamiento, hice un triatlón para gente más joven pero es que participaron tres personas. Es que digamos que participan en fútbol y punto, es que no se me ocurren otras actividades, yo si ellos me proponen yo estoy abierta a hacer otras actividades, pero es que realmente como de noche están de fiesta, durante todo el día están echados."*
>
> [Concejala de festejos 1]

En lo referido a los **patrones de consumo recreativos**, los discursos analizados coinciden en la descripción con los principales resultados de la explotación estadística realizada anteriormente: consumo en atracón, condensado fundamentalmente por las noches y sin grandes diferencias significativas –a priori- entre chicos y chicas:

> *"Los patrones de consumo son reflejo de los que hay en España en general, se tiende a concentrar el consumo en pocas horas: de cinco a seis copas a más y en las fiestas creo que se consume más cantidad en los mismos espacios de tiempo, se alarga la noche, se empieza tarde y esta es la tendencia en los últimos años"*
>
> [Técnico de prevención de adicciones]

> *"Consumen parecido (chicos y chicas) (…) de hecho, nosotros hicimos un estudio en el año 2015 sobre consumos de drogas y espacios de ocio y nos salió prácticamente una cifra de consumo igual, muy, muy parecida, había quizá un porcentaje de un 1% de menos de chicas que de chicos que consumían alcohol."*
>
> [Técnico de prevención de adicciones]

No obstante, pese a que los patrones de consumo de chicos y chicas se perciban como similares, los discursos de las personas entrevistadas recalcan cómo **los roles y los mandatos de género asociados a hombres y mujeres, no pueden desvincularse de las formas en las que se consume alcohol**:

> *"Hayamos dado formación en género o no, estamos metidas en el tema del feminismo o no, sabemos porque lo aprendemos desde niñas que si nos pasa algo somos las culpabilizadas nosotras, entonces de entrada probablemente nosotras consumamos algo menos o tengamos más patrones de autocuidado en ese sentido, precisamente porque se nos ha dicho muy a menudo que nos puede pasar y que si nos pasa algo puede ser culpa nuestra"*
>
> [Técnica en puntos morados]

> *"La imagen sigue siendo todavía de una chica borracha o drogada tiene una peor imagen que un chico, un chico se entiende, no se entiende, pero se permite más que una chica, una chica sigue teniendo una imagen mucho más*

peyorativa del control, de "ten cuidado que tú puedes tener peores consecuencias que un chico".

[Técnico de prevención de adicciones]

"Las chicas quizás empiezan más tarde o cuando ya llevan más tiempo consumiendo ellos. Y volvemos a lo de antes, la que despunta y empieza con ella eres una valiente, aunque luego todas acaban siendo unas guarras, por hacer lo mismo que hacen los valientes. A ver, en ellos como que es normal y en ellas como la que si se iguala a ellos pues es un reconocimiento, es como "no, no, esta bebe", ¿sabes? Pero como que es algo positivo para ellos. También ha habido de echar cosas en los vasos a la que es más recatadilla, la que es más tímida, a la que consideran la empollona, "vamos a ver cómo se pone esta". Y ha habido sustos gordos."

[Técnica de prevención de adicciones]

Desde esta óptica, parece reseñable que, pese a que los patrones de consumo recreativos entre chicos y chicas puedan ser similares, las desigualdades y condicionantes de género envuelven, modulan y median en las motivaciones y consecuencias del consumo, así como los factores de protección y de riesgo que se despliegan en función del género (Elzo *et al.,* 2000). Así, cuándo se pone en interrelación la conjunción entre consumo/abuso de alcohol y espacios de ocio (especialmente nocturnos), **las mujeres son ubicadas en las posiciones de mayor vulnerabilidad para sufrir distintos tipos de violencias machistas**, al mismo tiempo que, en el caso de los hombres, se considera el alcohol como un facilitador de la agresividad, pese a que el consumo nunca sea justificador o responsable de las agresiones (Altell *et al.,* 2015)

2.2 Principales problemáticas detectadas

El consumo de alcohol se posiciona como la primera causa (o consecuencia) de atención sociosanitaria en los contextos festivos de entornos rurales, fundamentalmente en lo relacionado con el consumo abusivo, en tanto que el consumo de alcohol "en atracón" es protagonista en estos espacios festivos:

"La mayoría de los problemas que atendemos en las fiestas están relacionados con el consumo abusivo de alcohol. Si no es porque te ha dado

directamente un coma etílico, o estás a punto, es porque vas un poco borracho, te has tropezado y te has abierto una brecha, o porque te has metido en una pelea por ir borracho, o mil cosas."

[Técnica de Protección Civil]

"No tengo porcentajes de datos pero sí tengo experiencia y así a grandes rasgos, sin datos exactos, te puedo decir que un porcentaje algo de gente, pues desde pequeñas peleas, pequeñas caídas, no sé qué decirte, intoxicaciones etílicas bastante, sí puede ir relacionado aunque no sé si intrínsecamente va un poco de que sin alcohol tampoco sucedieran, pero sí que evidentemente el alcohol está presente en la mayoría de avisos que atienda Protección Civil en fiestas, sí"

[Técnico de Protección Civil]

Al hilo de lo mencionado anteriormente, y relacionado con las diferencias y desigualdades de género vinculadas con el consumo de alcohol, no es de extrañar que las problemáticas atendidas durante el desarrollo de las fiestas patronales también sean diferentes entre chicos y chicas:

"En los chicos, en los chicos hay muchas más problemáticas, vamos. Lo he vivido tanto en protección civil como sí, sin ser de protección civil. Al final los chicos, pero es como todo, los chicos son más, no sé, se retan más, no tienen tanta cabeza, sobre todo son más pequeñitos, les da igual, no tienen el control o la madurez que puede tener una chica de la misma edad me refiero, de saber decir, parar, y decir "no, joder, ya está, no necesito echar los higadillos por la boca", casi siempre son los chicos. Tanto igual, una chica a lo mejor puede, sí, puede beber, puede ir que no ve, pero al final la chica se tumba, no sé, no la lía, no se va a pegar con el primero que le mire mal."

[Técnica de Protección Civil]

"Pues no sé, tampoco creo que sea chico como tal o chica como tal, si ha de dar problemas, si hay algo problemático da igual chico que chica. Sí que es cierto que por lo que sea, no sé yo por qué, porque lo desconozco, los hombres la suelen liar más en plan discusiones, peleas, las chicas es como

que somos más tranquilas en ese sentido."

[Concejala]

"Entre las chicas es más habitual temas de a lo mejor ansiedad porque alguien se ha metido con ellas, o que se han tenido que defender a lo mejor, algo así. La actitud no suele ser la misma, aunque sí que hay casos puntuales, a lo mejor una chica que pueda, pues yo qué sé, estar a lo mejor intoxicada y que esté a lo mejor metiéndose con alguien, pero no es la tónica general. Y sin embargo una tónica muy habitual es un chaval del barrio metiéndose con la gente en general, no sé, sí que lo veo un poco más como común."

[Técnico de Protección Civil]

Así, las problemáticas atendidas tienen una fuerte vinculación con el género, de manera que entre los chicos suelen ser más habituales las relacionadas con las peleas y el conflicto en general. Asimismo, desde varias de las entrevistas realizadas, se ha puesto de relieve que son muchas menos chicas que chicos las **que suelen llegar a los servicios de atención sociosanitaria:**

"(Las problemáticas) son diferentes, las chicas quizás a lo mejor..., directamente yo creo que una chica no viene a pedir ayuda, y los chicos como son tan brutos los escuchas y vas tú a ofrecer ayuda.

[Técnica de Protección Civil]

"Las chicas vienen una minoría, las chicas tiene que ser una cuestión muy, muy grave para que acudan, o la familia pida ayuda para ellas, sigue siendo una mayoría masculina, siguen siendo muchos más los chicos, que esto no quita que las chicas tengan más problemas o que sea un porcentaje mayor, pero que ese porcentaje de chicas que tienen problemas no nos llegan a los recursos."

[Técnico de prevención de adicciones]

Esta casuística se ha relacionado en numerosas entrevistas con la vergüenza de ser atendidas o tener que pedir ayuda, ante el mayor estigma que acarrean las chicas sobre el consumo de alcohol (Romo, 2005). Además, en los entornos rurales, esta cuestión también se relaciona con la "problemática" de tener que pedir ayuda en contextos con escaso anonimato, en los que existe una gran probabilidad de que la persona que atienda conozca a las personas susceptibles de necesitar atención sociosanitaria. Así, la mayor sanción social que se deposita en las chicas por consumir alcohol, en conjunción con entornos con baja capacidad de anonimato, **les sitúa en posiciones de desventaja en materia de atención y prevención**:

"Bajo mi experiencia sobre todo las chicas que hemos tenido que asistir, o hemos podido asistir son chicas menores casi todas las que hemos asistido, y pues siempre tienen miedo ¿no?, de que su padre, o su madre, o su abuela, no sé, alguien las vea en ese estado, o se entere de que bebe alcohol. O no piden ayuda por sinceramente la tontería esta de que en el pueblo nos conocemos todos y estas cosas (…) y al final se lo toman como "bueno, me voy a callar" ¿sabes? Es como, nos conocemos todos y me callo, algo así."

[Técnica de Protección Civil]

"Yo pienso que aquí es mucho más complicado que una persona pida ayuda que en un pueblo grande donde no se le conozca, o donde tengan más posibilidades. Aquí por la vergüenza, el qué dirán, o hay mucha gente que no la pide y de verdad la necesita."

[Concejala de festejos]

Cabe recalcar **la importancia del grupo de pares, fundamentalmente en el caso de las chicas, como factor de protección**. En este sentido, en varias de las entrevistas realizadas, se mencionó la importancia de los grupos de amigas en la reducción de la peligrosidad (en términos etílicos) del consumo de alcohol. Así, los grupos de pares –especialmente los de chicas- en ocasiones actúan como mecanismo de prevención (Biolatto, 2018), pero también de petición de ayuda si así fuera necesario:

"Y el grupo de amigas creo que además de que te socorre y piensa que pueda hacer responsablemente también te previene antes, también te puede decir "oye tía que estás muy borracha", o el acompañamiento a casa también se da entre el grupo de amigas."

[Técnica en puntos morados]

"Yo veo que entre las chicas y los chicos hay unas diferencias bastante grandes en eso. Los chicos suelen ser más pasotas o darle menos importancia a que un amigo esté mal pero por lo que he visto ellas sí, ellas las amigas sí suelen pedir ayudar."

[Técnica de prevención de adicciones]

2.2.1 Violencias sexuales y de género en el contexto festivo

El análisis de las entrevistas realizadas deja entrever que, pese a que la participación de las mujeres jóvenes en estos tipos de fiestas, es muy similar en términos cuantitativos a la de los chicos, esta participación "equitativa" no ha supuesto una desestabilización de las dinámicas tradicionales de género vinculadas con el consumo de alcohol y otras drogas, en las que las mujeres siguen siendo culpabilizadas de los riesgos y las "problemáticas" a las que puedan enfrentarse, al mismo tiempo que los hombres son perdonados o excusados por encontrarse bajo los efectos del alcohol:

"El alcohol en general socialmente está visto como un justificador, desde mi experiencia en las formaciones o en los puntos, escuchas comentarios como: es que haber…el chico bebe y claro, es que hay muchos comentarios justificadores hacia ellos y culpabilizadores hacia ellas, de hecho en tema de drogas hay un doble estigma de si quien haya consumido cualquier sustancia es una mujer."

[Técnica en puntos morados]

La **dicotomía entre la culpa y el perdón** adquiere una especial importancia en lo referido a las violencias sexuales. A menudo, las violencias sexuales se justifican desde la óptica del alcohol como "precipitador de las conductas sexuales" (Rekalde, 2005) pero, tal y como menciona una profesional entrevistada, la violencia sexual es preexistente al consumo de alcohol y, en ningún caso, debe entenderse como motivador de ésta:

"Dicen que hay agresores sexuales que beben alcohol precisamente para ser más capaces de hacer eso, que ya querían hacer antes y como un facilitador y como algo que de alguna manera debilita la capacidad de reacción de la posible víctima (…) Ahí hay un papel bastante grande en ese sentido, papel construido, en ningún caso la agresión o violencia sexual se va a dar por haber bebido alcohol, pero sí que socialmente está construidas una serie de excusas para quién lo consume y de si la que lo consume es ella, entonces juega un papel fundamental."

[Técnica en puntos morados]

"Y, bueno luego el principal problema que encuentro es esto de cómo afecta el alcohol de forma distinta, ¿no?, que a los chicos les convierte en violadores fuera de culpa y a las chicas las convierte en potenciales víctimas, o sea que se hace una distinción muy clara."

[Técnica en puntos morados]

En este sentido, la gran mayoría de los discursos de los y las profesionales, han visibilizado las **desigualdades de género y las violencias sexuales** como una de las **principales problemáticas** que acontecen en este tipo de contextos recreativos:

"Lo que más he observado son agresiones, aunque no fuera directamente cerca de nosotros, pero sí que se conocía que cualquier agresión, cualquier situación que hubiera en todo el contexto de las fiestas patronales generalmente iba relacionada a un alto consumo de alcohol, generalmente cualquier agresión se comentaba que la persona estaba muy borracho, muy borracha, y pienso que eso, que agresiones son como los resultados más frecuentes de ese tipo de actividades."

[Técnica de prevención de adicciones]

En esta línea, resulta paradójico que, pese a que se responsabilice con frecuencia al alcohol de las actitudes violentas -fundamentalmente en lo sexual, pero no solo- las fiestas patronales sigan estando orientadas casi en exclusiva al consumo de alcohol:

"Existe bastante justificación en cuanto al consumo de alcohol o de otras sustancias por parte del agresor y culpabilización a la agredida sexual por haber consumido la misma sustancia, pero después no hay muchas actividades de ocio alternativo que no impliquen el alcohol, entonces sí, la relación se complica y debería empezar a ser una prioridad esto para los Ayuntamientos."

[Técnica en puntos morados]

Además, la violencia sexual, aparte de por la evidente gravedad que posee en todos sus aspectos, es especialmente peligrosa por la invisibilidad y falta de reconocimiento de la que goza. Así, desde los discursos de las personas entrevistadas, se evidencia una **necesidad** de **aumentar los esfuerzos por sensibilizar y trabajar sobre la violencia y el abuso sexual**, especialmente en contextos intermediados por el consumo de alcohol, ya que, con frecuencia, ésta no es denunciada ni reconocida como tal:

"Pues sí se presencian abusos sexuales, lo que pasa que no son reconocidas como tal entre ellos. Hombre, cada vez están más concienciadas pero es algo sobre lo que sigue costando mucho hablar."

[Técnica de prevención de adicciones]

Al mismo tiempo, parte de esta invisibilidad encuentra respuesta en un imaginario social que orienta la violencia sexual a escenarios alejados a la pareja, pese a que un gran número de violaciones ocurran dentro del seno de la pareja (Pallarés, 2012):

"Hay personas que se acercan al punto y dicen: Yo vengo por mi hija, por mi sobrina o por tal, por mí no, si yo estoy casada, a mí no me va a pasar nada, o sea que mientras exista la idea de que la violencia sexual se da siempre fuera de la pareja y no dentro, va a ser más fácil que si saben ese tipo de conductas, cuando a lo mejor de entrada ni siquiera sabemos identificarlas y aún es más difícil todavía con una persona con la que tienes una relación."

[Técnica en puntos morados]

Todo este conglomerado de complejidades que envuelve las violencias sexuales actúa evidentemente como barrera a la atención socio-sanitaria. Asimismo, es necesario tener en cuenta que, pese a que los espacios de las fiestas puedan ser el escenario del "primer

contacto" de la violencia sexual, tal y como mencionaba una profesional entrevistada, lo más probable es que las **agresiones se lleven a cabo fuera de estos espacios** y que, por tanto, no sean denunciadas ni atendidas en el marco de los espacios festivos:

> *"En los puntos violeta o morados sobre todo lo que se hace es sensibilizar, es muy difícil que nos llegue alguien, sobre todo la mujer que ha acaba de vivir una violencia sexual, por un lado porque la mayoría de las veces eso no se cuenta o desde luego, no se cuenta inmediatamente o muchas veces los entornos festivos son sitios en donde ocurre el contacto, pero no la violencia sexual en sí, que quizás ocurra en casa o en casa de unos amigos, entonces en difícil que lleguen al punto."*
>
> [Técnica en puntos morados]

Finalmente, y retomando la cuestión de la **falta de anonimato** de los entornos rurales, no puede obviarse que este escenario **dificulta aún más la petición de ayuda** por parte de las víctimas y, por ende, el acceso a la atención de las violencias sexuales en los contextos festivos rurales:

> *"En el ámbito rural veo una dificultad más que es que puede ser que yo quiera contar algo, pero por otro lado haber vivido violencia sexual tiene un estigma, en donde sé que yo me puedo culpabilizar y me pueden culpabilizar a mí y va a ser más difícil que yo lo cuente en un sitio donde me conoce todo el mundo, en donde todo el mundo conoce a mi agresor."*
>
> [Técnica en puntos morados]

2.3 Estrategias de prevención y atención sociosanitaria en los contextos festivos de los entornos rurales

Tras haber realizado una aproximación a los patrones de consumo juvenil y las principales problemáticas surgidas en el contexto de las fiestas patronales de los entornos rurales, en este apartado se realiza un análisis de las medidas de atención y prevención que se despliegan en estos contextos, en tanto uno de los objetivos que guían el presente estudio. A partir de este análisis, se pretende realizar una fotografía de las principales dificultades encontradas por las y los profesionales, así como de las buenas prácticas detectadas en este

sentido, con la finalidad de poder elaborar una serie de recomendaciones fieles a la realidad social analizada, que puedan ser de utilidad para otras/os profesionales, entidades y municipios.

En esta línea, las prácticas analizadas giran en torno a dos cuestiones: la atención y prevención del consumo problemático de alcohol, pero también de las agresiones y las violencias sexuales, en tanto que, como se ha expuesto anteriormente, han sido identificadas como una de las problemáticas más graves derivadas de la lectura social del consumo de alcohol y del sistema de sexo/género (Altell *et al.,* 2015). Desde esta óptica, las violencias sexuales necesitan ser trabajadas de manera íntima y relacional con cualquier práctica orientada a prevenir y atender el consumo problemático de alcohol en este tipo de contextos.

En términos generales, existe una cierta crítica a la **desconexión entre los programas de prevención realizados a lo largo del año y los llevados a cabo durante las fiestas patronales**. Este asunto, suscita críticas ya que se entiende que una acción preventiva "eficaz", no puede sustentarse exclusivamente en un momento puntual del año, sino que debería existir una coherencia de sensibilización durante todo el año:

> *"No conozco todos los planes de sensibilización de todos los ámbitos y no puedo hablarte desde el conocimiento absoluto, pero desde mi percepción creo que no hay coherencia, pero no hay coherencia en cualquier cosa que pensemos en cuanto a prevención y el tratamiento de después y si ya hablamos con algo que tenga que ver con el género y con la sexualidad, menos todavía."*
>
> [Técnica en puntos morados]

Al mismo tiempo, también se anuncia una crítica a focalizar la sensibilización y la prevención durante las fiestas en un único asunto, al entender que hacer una buena prevención requiere de trabajar las numerosas aristas que atraviesan el consumo de alcohol:

> *"Se intenta tener coherencia (…) el resto del año sí que se trabaja y hay actividades y proyectos que van enfocados a más ámbitos, pero en las fiestas casi se limita a esto."*
>
> [Técnico en prevención de adicciones]

Estas cuestiones parecen agudizarse más en los entornos rurales, ya que como señala una de las profesionales entrevistadas, la **sensibilización en materia sociosanitaria parece quedar relegada a los municipios de mayor tamaño**:

"Me da la sensación de que no existe tanta (sensibilización), sobre todo quizás exista más en ciudades más grandes o capitales y conforme te vas saliendo de los municipios más grandes, ese tipo de actividades parece que van disminuyendo, o es mi sensación al menos."

[Técnico en prevención de adicciones]

Desde esta óptica, se pone en evidencia la necesidad y la importancia de poder vertebrar el trabajo que se realiza durante todo el año con la actuación de las fiestas patronales, ante unas problemáticas sociales que requieren ser desarticuladas de manera drástica y urgente:

"Cuánta más prevención haya, menos culpable me voy a sentir yo y menos estigma va a tener el tema y más fácil va a ser que lo cuente y más fácil va a ser que el que haya hecho la agresión, no le justifiquen y vean lo que ha pasado como lo que es: agresión u otro tipo de violencia, es trabajar todo el año la prevención y la sensibilización lo que me parece que es más efectivo y no dejarlo para dos semanas al año, que es algo que está muy bien y que ojalá continúe, pero hay que hacerlo más grande."

[Técnica en puntos morados]

Otra cuestión de amplia relevancia en el abordaje de la prevención y la atención es la **formación de la que disponen los y las profesionales** y cómo ésta influye en las prácticas realizadas durante el desarrollo de las fiestas patronales. En este sentido, una de las principales barreras encontradas es la escasa interrelación entre las especialidades analizadas. Así, se detectan principalmente dos casuísticas: por un lado, quien está especializada/o en género y feminismos, dice necesitar formación en prevención de consumos, y quienes lo están en consumo, con frecuencia, no tienen una formación suficiente en materia de género:

"No creo que se esté atendiendo realmente al papel que puede tener el consumo de alcohol en las fiestas, no lo creo, o por lo menos a mí no me ha llegado esto y yo mismo te digo que siendo técnica en sensibilización de género, mira, me acabo de acordar ahora, siendo supuestamente técnica en sensibilización siento que me queda mucho por aprender de este tema y ni me han dado la formación ni creo que se tenga, la verdad."

[Técnica en puntos morados]

"Sí que sé se exige ya que al menos tengan formación en sensibilización en el tema de violencia sexual, pero puede ser una que llegue a esta formación en violencia sexual sin haber tenido previamente un trabajo sobre el género en sí y evidentemente el tema de la violencia sexual está muy relacionado con el género o puede ser que esa formación de violencia sexual es una formación de dos horas, que como inicio está muy bien pero es insuficiente, una formación en violencia sexual de dos horas suele ser insuficiente si no hay un trabajo previo."

[Técnica en puntos morados]

Además, en términos generales, se señala que la **formación en género** suele recaer a menudo en la voluntariedad del equipo o de las y los profesionales presentes en las fiestas patronales, así como del equipo de gobierno municipal que esté en cada momento:

"La formación que hay, tanto nuestra como de policía realmente no es uniforme, depende mucho de lo que se quiera implicar el equipo concreto que se quiera formar."

[Técnico de protección civil]

"En pequeñas localidades (la formación en género) depende muchísimo de la corporación política; o sea, si el señor alcalde, o alcaldesa, que suele ser señor alcalde, está muy sensibilizado con esto, se va a ocupar de hablar con su delegación para formar a sus agentes, para que tengan este tipo de actuaciones presentes, y si no está interesado al final estas formaciones van quedando caducas y se pierden."

[Técnica en puntos morados]

Desde esta óptica, el reto formativo se encuentra en dotar a todos los agentes intervinientes de una formación integral que profundice en los estigmas de género que -inevitablemente- median e influyen en las estrategias de prevención y atención al consumo de alcohol:

"Es necesario sensibilizar sobre violencia sexual, hablar sobre mitos, sobre estigmas, que queden más claras todas las manifestaciones que existen de violencia sexual y que nosotros no nos remitamos a la punta del iceberg y por otro lado lo que también hacemos, es que como muchas veces se da formación para gente que quizás vaya a estar en los puntos o vayan a tener primeras atenciones: sensibilizar a cómo atender a esa posible víctima de violencia sexual, en una buena atención y que no signifique una revictimización secundaria."

[Técnica en puntos morados]

Además, resulta necesario señalar que, pese a que cada vez son más los municipios que disponen de **recursos técnicos y humanos** para trabajar la prevención de las violencias sexuales y de género en los contextos festivos, hasta hace muy poco (y todavía hoy en muchos municipios) estas prácticas han surgido de **iniciativas feministas civiles** y -en la mayoría de los casos- **voluntarias**, como es el caso de los puntos morados o puntos violetas:

"La verdad que no lo he visto, no he encontrado nada que, no sé, que fomenta la igualdad. En principio lo que he visto es los espacios del Punto Morado, después no he visto más nada en ninguna fiesta."

[Técnica en prevención de adicciones]

"Esto no lo han creado los Ayuntamientos ni los municipios, el tema de los Puntos violeta viene de los colectivos feministas desde hace muchos años, y ahora los ayuntamientos se van sumando, cosa que está muy bien, pero nos queda un caminito largo por recorrer en todo esto."

[Técnica en puntos morados]

LA IMPORTANCIA DEL MENSAJE

Dentro de las estrategias de prevención y atención desplegadas en los contextos festivos rurales analizadas, los **mensajes que se dirigen hacia las y los más jóvenes**, -en tanto principales perceptores de las prácticas preventivas -resultan de especial relevancia analítica en tanto estímulos para conseguir el cambio social perseguido (López y Gómez, 2015).

En este sentido, en términos generales, existe una apelación amplia a la falta de perspectiva de género en los mensajes preventivos del consumo. Esta cuestión resulta especialmente grave ante unos espacios festivos en los que las desigualdades de género, como hemos ido viendo a lo largo del estudio, tienen un especial protagonismo:

> *"Nuestros materiales no incorporan la perspectiva de género, hoy en día no la incorporan. Sí, estaría bien incorporarlo. Lo que pasa que también son mensajes muy cortos, no tenemos mucho… entonces vamos a lo general."*
>
> [Técnico de prevención de adicciones]

> *"Recuerdo otro municipio donde se les propuso y no sabían, nos pidieron orientación para hacer el folleto y se les dio esa orientación, y parte de esa orientación era el uso no sexista del lenguaje o incluso el uso del lenguaje inclusivo y la parte del lenguaje inclusivo la quitaron."*
>
> [Técnica en puntos morados]

Al mismo tiempo también se visibiliza como -en determinados casos- la información que se proporciona sobre las violencias machistas se hace desde una perspectiva reduccionista de las mismas. Sobre esto, se señala que las instituciones (en este caso, ayuntamientos) no siempre cuentan con especialistas que asesoren en buenas prácticas y prevención de género que permitan elaborar mensajes fuera de los "convencionalismos" que existen en torno a las violencias y desigualdades de género, obviando, además, la lectura social que se le da al consumo de alcohol:

> *"Es que también cuando la información que estás difundiendo o desde la que estás trabajando viene hecha desde una plataforma feminista, o desde una plataforma especializada en género, pues todo bien, pero cuando esto (la prevención en violencias machistas) viene desde instituciones que están*

intentando llevar esto a cabo y que no tienen mucha idea, pues el mensaje que se difunde muchas veces es desde los mitos y muy poco trabajado en intersección con el consumo de alcohol y otras drogas(…) personalmente pienso que por ejemplo la violación por parte de un desconocido y tal, que sí que hay que acabar con ese mito y también con el mito de que la violencia de género solo ocurra en pareja."

[Técnica en puntos morados]

En detrimento, las buenas prácticas en materia preventiva en contextos festivos, pone de relieve la **necesidad de apelar por una visión holística de las problemáticas que acontecen en este tipo de contextos festivos**, de manera que, la prevención del consumo de alcohol y las violencias de género -en tanto principales problemáticas- se trabajen de manera dialógica e interrelacional:

"También nosotras incluimos el tema de las agresiones LGBT fóbicas, además era un poco que, ya que tenemos un punto de difusión y de sensibilización, sensibilicemos contra todo lo que puede ser un problema en un contexto de fiestas, o sea, el alcohol, LGTB, agresiones sexuales, porque todo tiene que ver con todo."

[Técnica en puntos morados]

"Una de las cosas que nosotras incluimos fue también sensibilización acerca del consumo de alcohol, con todo esto del no es no, "no es no es no aunque yo me tome una cerveza, no es no aunque tú te hayas tomado 17, o lo que sea", no me acuerdo ahora mismo cómo era el panfletillo pero incluía también el tema del consumo, porque no se puede trabajar una cosa sin la otra."

[Técnica en puntos morados]

LA PREVENCIÓN EN CONTEXTO

Por otro lado, las especificidades concretas de las fiestas patronales de los contextos rurales ponen de relieve la **necesidad de diseñar y aplicar estrategias de sensibilización y atención, fieles a la realidad social en la que se desenvuelven**. Así, una de las principales cuestiones que las y los profesionales entrevistadas/os manifiestan, es la necesidad de

considerar -a la hora de desarrollar prácticas preventivas- que buena parte de la población con la que se va a trabajar ha consumido alcohol, cuestión que, indudablemente, vertebra la necesidad de desarrollar estrategias "creativas" en este sentido:

"El consumo de alcohol ocasionaba que muchas personas rechazaran nuestra invitación a acercarse al punto arcoíris con descalificaciones hacia el colectivo. Además, muchos hombres se acercaban con la intención de ligar o invitar a una copa a las chicas que estábamos allí."

[Técnica en puntos LGTBIQ+]

"Cuándo tú trabajas en este tipo de espacios lo que se ve es un patrón de consumo en aumento, al principio de la noche se notaba a la gente todavía..., no se notaban tan borrachos, conforme iba entrando la noche y avanzando la madrugada se notaba mucho más la gente con unos efectos más notables de consumos sobre todo de alcohol, y se notaba, se notaba incluso en la forma, no sé, reaccionaban, o respondían incluso a Prevención, ya se notaba un poco más difícil hacer una prevención o hacer una concientización con respecto al tema que fuera más entradas las noches."

[Técnica en prevención de adicciones]

Así, el **fomento del diálogo** entre los grupos de pares torna como una cuestión de especial importancia en materia de sensibilización, en tanto que posibilita romper estereotipos, limar estigmas y avivar el pensamiento crítico (Molina y Zambrano, 2010):

"Hay un poco de todo, es verdad que puede dar la sensación de que los chicos no te van a querer escuchar, pero luego cuando trabajas en esto te das cuenta que sí, hay diferencias, hay personas que no quieren escuchar o que no les interesa el tema, pero más o menos los chicos están predispuestos a escuchar (…) también nos hemos encontrado con grupos de chicos donde uno decía estereotipos sobre el alcohol, sobre el consentimiento, consenso sexual etc. y otro le decía: No, pero eso no puede ser, y se lo aclaraba, sí, hay bastante diversidad y predisposición sí. "

[Técnica en puntos morados]

La falta de anonimato de la que -en muchas ocasiones- gozan los entornos rurales también requiere de utilizar estrategias concretas en este sentido. Así, para poder romper con la barrera -de la que ya se habló anteriormente- de "petición de ayuda" en estos contextos, una buena práctica hallada en respuesta a esta cuestión es la **contratación de "profesionales independientes" que se perciban como ajenas/os y "objetivas/os"** por parte de quienes necesitan ayuda:

"Nos dimos cuenta de que era necesaria la búsqueda de un profesional independiente, porque claro, al final también en los pueblos tan pequeños tuvimos un poco en cuenta el factor "a quién le voy a contar mis cosas" y que la persona que se sintiese en la necesidad de acudir a este recurso se sintiese digamos con una confidencialidad extra, y no pensase "Uy ésta, que además es amiga de mi prima a ver si luego le dice algo", y estas cosas que pudieran impedir, pues que la persona se sintieran segura en este espacio."

[Técnica en puntos morados]

Asimismo, la **utilización de símbolos socialmente reconocibles** en materia de prevención y atención también surge como una cuestión prioritaria para poder llevar a cabo estrategias coherentes en los contextos festivos:

"Al principio del todo no sabían por qué estábamos, porque no se nos reconocía como punto morado (…) la primera noche sobre todo se acercaban en plan de "y aquí qué regalan", o se creían que éramos políticos haciendo ahí como campaña (…) Por eso una de las cosas que luego se planteó es comprar directamente la carpa morada, porque era como una de estas carpas de fiesta que podía haber sido un puesto de cualquier cosa."

[Técnica en puntos morados]

"Hubo en un municipio donde nos impidieron, donde no podíamos ni ir vestidas de morado ni llevar nada morado, donde no podíamos llamarlo Punto Morado y donde no podíamos decir feminismo y había muchas chicas que venían y decían, "pero a ver esto es un Punto Morado, ¿no? de toda la vida".

Y era como, sí, vale, o sea que ya venían como un poco reclamando eso. Y me parecía un fallo muy grande que no nos pudiesen decir, porque por ejemplo en este sitio nos dieron como unas batas blancas, entonces te acercabas con toda tu autoridad de tu uniforme tal y yo creo que si directamente hubiésemos ido con ropa morada o diciendo que éramos un Punto Morado hubiese tenido mucho más acogida, sobre todo por parte de las chicas, que es lo que te digo, muchas de ellas venían buscando esa sororidad o esa conciencia entre nosotras."

[Técnica en puntos morados]

En ese sentido, se entiende que la utilización de "símbolos" que se pueden interpretar como cercanos a la autoridad (en este caso, las batas blancas) supone una **barrera comunicativa** en tanto rechazo al diálogo y la escucha:

"Donde la gente hacía botellón, parecía que te acercabas con una autoridad, con la que no te puedes acercar ni para hablar de feminismo ni mucho menos para hablar con gente que está borracha, porque hay que hablar en otras claves y hay que quitar la autoridad totalmente, porque entonces eres la tonta que me va a venir a dar la murga para que no beba y punto, cuando beber en sí es algo, el consumo de algo es algo que está presente y hay que atenderlo desde ahí y tú te acercas con esa bata y esa autoridad, pues eso, y que ya de por sí rompe para que te acerques a nadie, con que si es alguien que está haciendo algo, que está estigmatizado como es beber siendo adolescente, pues mucho peor, con una barrera en la comunicación increíble."

[Técnica en puntos morados]

Asimismo, se asume que una estrategia eficaz es **instalarse en aquellos espacios en los que las dinámicas de consumo de alcohol sean imperantes** (por ejemplo, zonas de botellón) porque son precisamente en ellos, en los que más público objetivo tiene probabilidad de acercarse:

"Estábamos cercas de esas peñas que tradicionalmente han sido muy masculinas y en dónde se bebe más (…) y la gente se acercaba voluntariamente, había un tramo de edad muy joven que se acercaba,

mayoritariamente femenina, pero a la hora de diseñarlo nosotras pensamos que a partir de menos, no sé, no te sé decir un rango de edad, pero que la gente preadolescente-adolescente, no iba a tener mucho interés en acercarse, porque están a la fiesta, están a sus cosas, y al revés, se acercaron muchísimo."

[Técnica en puntos morados]

En otro orden, en varias de las entrevistas realizadas también se puso de relieve la importancia de **realizar "campañas" de manera previa al desarrollo de las fiestas patronales** para que la población conozca de manera anticipada las actividades y puntos de prevención y atención que se llevarán a cabo durante las mismas:

"Teníamos un cartel grande y tal, pero como la gente no está acostumbrada, entonces se acercaban en plan "oye, y aquí qué tienes", y "pues aquí tenemos sensibilización, toma tu protocolo de fiestas" (…) entonces, claro, tuvimos que hacer un trabajo previo de comentarlo mucho en internet, que es donde sobre todo están los jóvenes"

[Técnica en puntos morados]

"La población sí que nos conoce, porque sobre todo con la campaña del verano que nos vamos por las peñas, en algunas intentamos hacer 3 y 4 veces rondas, así que cuando llegan las fiestas, ya saben quiénes somos, lo que hacemos, por si necesitan cualquier cosa."

[Técnico en prevención de adicciones]

Asimismo, la **gratificación** también es una técnica que se utiliza para atraer a la ciudadanía a este tipo de puntos de sensibilización y como forma de poder comenzar a entablar un diálogo preventivo:

"Teníamos alcoholímetros desechables de tal manera que tuvieran conciencia de que tenían que tener, no tenían que tener un alto nivel de alcohol en la sangre para poder conducir, por ejemplo, y nos referíamos a

nivel de que tuvieran las precauciones, de que no condujeran en caso de que tuvieran un grado de alcohol mayor, por el riesgo. También se hablaba de prevención a nivel de los efectos de las sustancias, de las diferentes sustancias (...) que podrían haber consumido o que considerarían consumir."

[Técnica en prevención de adicciones]

"Van en grupo y te miran como "no, no, no me vendas nada". Y es como "¿te quieres hacer la prueba, que si no dais positivo hay un regalillo y tal?". Y mientras van soplando pues le voy dando al grupete el tríptico con las campañas y los mensajes de si vas a beber intenta espaciar los tiempos, no hacerlo con el estómago vacío, no le fastidies la fiesta a tus colegas, mensajes de ese tipo (…) Y, claro, si da alguien negativo, le saco el regalo, "¡Hala, y yo no tengo!". "Pues no, es que ha dado 00". "A ver, déjame otra vez que sople". Pues le vuelvo a poner y hablas con ellos (…) Pues bueno, pues ahí estás, ya vas siendo un poco referencia."

[Técnica en prevención de adicciones]

"La mayoría se acercan un poco por curiosear o porque han oído que estamos regalando alguna pulserita y está bien, mientras se acerquen o por excusas también y se les informa, etc."

[Técnica en puntos morados]

2.4 PROTOCOLOS Y RECURSOS DISPONIBLES

Tal y como se ha venido reseñando a lo largo del estudio, las fiestas patronales de entornos rurales poseen ciertas especificidades que requieren de estrategias concretas. En este sentido, **la posesión de protocolos bien estructurados, comunicados y compartidos a todos los agentes que intervienen en las fiestas torna en una necesidad indiscutible**. Sin embargo, tal y como reseña una de las profesionales entrevistadas, la creación y posesión de protocolos es una cuestión minoritaria, que depende -en la mayoría de los casos- de la voluntariedad política:

"La existencia de protocolos depende mucho del municipio, hay municipios que los tienen creado, es la minoría de la minoría (…) Los protocolos son imprescindibles y la formación es imprescindible, pero mayoritariamente no existen (…) hay municipios que empiezan a elaborarlos, pero la pega de todo esto es que va a depender de en qué municipio estés y quién esté de turno en ese momento."

[Técnico de Protección Civil]

Una de las problemáticas que existen en torno a los protocolos es que, en el caso de existir, a menudo **no son conocidos por la población**, ocasionando un desconocimiento generalizado sobre los servicios existentes y las pautas de actuación a seguir, en caso de ser testigo o sufrir alguna problemática:

"Por mi experiencia, en la mayoría de los pueblos done he trabajado no hay protocolos. Pero es que en los casos que hay protocolos, por mi experiencia, no son conocidos a veces ni por las personas que trabajamos allí. Tienes que ir preguntando. Y, claro, la población menos."

[Técnica en prevención de adicciones]

"*Una de las cosas que yo hago siempre antes de ir a ese municipio o a esa ciudad es buscar por internet a ver qué tendría que hacer si me pasara algo allí y en general los municipios, en la web del ayuntamiento no tienen o no queda claro, no sé sabe bien dónde hay que ir, hay direcciones que luego yo las he puesto en mis presentaciones o en las formación y me han dicho que esas direcciones o esos teléfonos o ese horario está mal o que ese servicio ya no está allí, pero es lo que me he encontrado en internet, por lo tanto, no, creo que mayoritariamente no se conocen los protocolos."*

[Técnica en puntos morados]

Además, es necesario señalar que, con mucha frecuencia, los pueblos más pequeños no disponen de protocolos, porque ni siquiera disponen de servicios de prevención y atención. Así, los **recursos deficitarios o inexistentes con los que a menudo cuentan** conllevan a lleva a la incapacidad de los Ayuntamientos de proveer los servicios necesarios en estos escenarios:

"No, sinceramente no tenemos protocolos (…) También te digo que, aunque hubiera no se está tan encima como para poder actuar ¿me entiendes? Si hay un protocolo, pero si no hay gente para ponerlo en marcha y tampoco investigas un poquito más para poder ponerlo en marcha, pues no sirve para nada."

[Técnica de Protección Civil]

"Bueno los recursos que tenemos en fiestas… está el consultorio médico y tenemos también un desfibrilador."

[Concejala de festejos]

Esta escasez de recursos en los municipios rurales más pequeños hace que los únicos servicios de los que dispongan sean punitivos y/o de emergencias, dejando el **derecho de la ciudadanía a la prevención y la sensibilización como una cuestión completamente secundaria**:

"Hasta donde yo sé no hay protocolo..., a ver, yo lo que hago es, porque a mí nadie me dice tienes que traer tanta seguridad, ni tienes que contar con protección civil, eso es más o menos pues un poco lo que nosotros veamos (…) es que a los pueblos pequeños nos tienen como un poco, pues eso, abandonados, no se acuerdan de nosotros, parece que porque sea un pueblo pequeño no tenemos que tener según qué cosas, o no podemos disponer de lo mismo que dispone una gran ciudad o un gran pueblo."

[Concejala de festejos]

"Claro, lo único que podemos hacer si pasa algo es llamar al 112 y viene quien sea. Es lo único, es que no tenemos otra opción, no podemos hacer nada."

[Concejala de festejos]

Incluso es frecuente que **ni siquiera puedan disponer de un servicio de Protección Civil** ya que, tal y como menciona un técnico de Protección Civil entrevistado, la ley solo obliga a tener un servicio municipal de este tipo a los municipios de más de 20.000 habitantes.

Además, de nuevo, se apela a que la posesión de un servicio de este tipo no implica que se tenga la capacidad para que funcione:

"Pues tenemos un grupo de protección civil en el pueblo que se creó hace un montón de años, pero nunca ha llegado a ejercer como tal."

[Concejala de festejos]

"Lo que dice la ley, con arreglo a la ley es que todo municipio mayor de 20.000 habitantes debe tener un servicio municipal de Protección Civil, que se entiende como agrupación municipal de voluntario, eso es lo que dice la ley, que se debe potenciar y tal. Ahora bien, la realidad, el tema es difuso, porque al final un servicio de voluntario es para quien quiere y quien puede, entonces tú puedes tener incluso un servicio de Protección Civil y que pueda no hacer frente a unas fiestas. ¿Por qué? Por falta de medios, falta de personal por tiempos, por trabajos, etc."

[Técnico de Protección Civil]

En esta línea, en los pocos casos en los que se detectó que existieran protocolos de actuación durante las fiestas patronales, se hizo hincapié en la necesidad y la eficacia de elaborar protocolos muy coordinados y consensuados entre los diferentes agentes que participan en los servicios de atención y prevención:

"La coordinación así digamos multidisciplinar para nosotras era muy importante porque al final las voluntarias son las que más concienciadas están, pero el que al final es el responsable de ejecutar todo el proceso si hay algún tipo de incidencia son los órganos oficiales, entonces, coordinar todo eso fue muy interesante. Nosotras igual a la hora de montar cómo queríamos montar esta multidisciplinariedad, pues hablar con el centro de salud y decir "oye, en un centro de salud qué hay que saber en el caso de que haya una agresión", y entonces, el doctor principal de allí nos dijo "pues mira, esto, esto, esto y esto", y dijimos, "pues vale, pues esto lo incorporamos". Luego nos reunimos con la policía "oye, tú como policía qué consideras que es importante si se da una situación así", "pues esto, esto, y esto", bien, y todo se ha ido incorporando, y

luego poder estar coordinados para que realmente la actuación en caso de necesitarla fuera lo más efectiva posible, que no quedara solo en "yo te acojo, muy bien compañera, estamos aquí las dos, y ahora qué."

[Técnica en puntos morados]

No obstante, en contrapartida, en la mayoría de las entrevistas realizadas, se puso de manifiesto el déficit de coordinación existente y la ineficiencia en la que deriva esta situación:

"Esto (la coordinación) está entre lo que se quiere y lo que se hace realmente, o sea evidentemente se trabaja, hay una reuniones previas, todo esto se elabora en estas reuniones pero es un tema complejo porque ni todos los avisos cuando te llegan lo ves a ciencia cierta lo que es, a veces te llaman por una pelea y de la pelea no tiene nada que ver, a veces te llaman por una intoxicación y resulta que tiene otro cariz y ahí se ve la escasa coordinación que existe, porque siempre vamos a lo urgente y pocas veces se profundiza en lo que ha pasado de verdad."

[Técnico de Protección Civil]

"Yo creo que, en general, no hay coordinación. A ver, hablarlo, comentarlo, prever situaciones y tal sí como Ayuntamiento, pero no hay…, yo por ejemplo en fiestas estoy sola. He intentado que se venga alguien del Centro de la Mujer o hasta que está su campaña, que haya alguien del centro de especialidades y no, no, yo estoy sola en el recinto de las carpas."

[Técnica en prevención de adicciones]

Finalmente, y en línea con todo lo analizado anteriormente, son también muy **escasos los instrumentos de evaluación con los que se suelen contar**. De esta manera, fruto de los escasos recursos de los que se disponen en unos casos y, en otros, del déficit de coordinación detectado, **en general no se disponen de líneas de actuación a mejorar ni de directrices a revisar de cara a la planificación de las próximas fiestas**. Esta cuestión, repercute innegablemente en una "cronificación" de las problemáticas que envuelven las mismas:

“En general, yo en todos los pueblos que he visto no existen protocolos que digan este cuerpo tiene que hacer una cosa y este otro. Así que si pasa cualquier cosa pues cada uno haremos lo que mejor podamos hacer y tendremos que improvisar y probar suerte. Lo que pasa que, claro, esto pues tiene consecuencias en que nunca se van haciendo mejoras si no tenemos con qué comparar un año con otro.”

[Técnica de Protección Civil]

Conclusiones y recomendaciones

CONCLUSIONES

A la luz de la información analizada a lo largo del estudio, queda patente **la importancia y omnipresencia que tiene el consumo de alcohol en los contextos festivos de los municipios rurales**. Una normalización que queda reflejada a través de la legitimación social y familiar, del uso y abuso del consumo de alcohol incluso entre las y los menores de edad, así como en el diseño de actividades especialmente orientadas al consumo de alcohol durante las fiestas patronales.

En este sentido, las mujeres jóvenes parecen haber asimilado los patrones y las conductas de consumo de alcohol que, tradicionalmente, han sido "propiedad" del universo masculino. No obstante, la incorporación de las mujeres jóvenes en los contextos de ocio nocturno ha devenido en la **falsa consideración de que, la "igualdad" en los consumos, se ha traducido en "igualdad" en los espacios y escenarios** en los que tienen lugar los consumos.

Concretamente, las fiestas patronales de los contextos rurales, han venido presenciando durante las últimas décadas una cada vez mayor participación de las mujeres jóvenes en términos androcéntricos ya que, pese a que los patrones e itinerarios de consumo de alcohol sean cada vez más similares entre chicos y chicas, las percepciones, motivaciones y riesgos de los consumos, siguen estando fuertemente atravesados por las dinámicas y desigualdades de género.

Así, las "nuevas" lecturas sociales que se vuelcan sobre los roles de las mujeres (de las más jóvenes especialmente), no han producido ninguna disrupción sobre el binomio consumo de alcohol y accesibilidad sexual (Altell *et al.,* 2015) ubicando de manera sistemática a las mujeres en las posiciones de mayor vulnerabilidad social y recreativa.

En esta línea, el binomio **penalización femenina vs. exculpación masculina**, responsabiliza a las mujeres de los posibles riesgos "derivados" de los consumos -al considerarse que transgreden las normas de género-, al mismo tiempo que el consumo de alcohol por parte de los hombres sigue siendo percibido como una cuestión normalizada y "propia" de la masculinidad.

No obstante, esta cuestión se vuelve más paradójica aún al entender que, en tanto que el consumo de alcohol vertebra e incluso otorga sentido a las fiestas, el no consumo puede llegar

a suponer un cierto castigo social para ambos géneros. Así, en el caso de las mujeres jóvenes, este hecho revierte en una cronificación de la penalización femenina: por beber o por no haber bebido.

Además, esta penalización no solo actúa de forma externa, sino que también trabaja desde lo personal y lo subjetivo a través de la autoculpabilización. De esta forma, el análisis realizado muestra las **dificultades que las mujeres jóvenes tienen para pedir ayuda en caso de necesitarla**, más aún en entornos rurales en los que la falta de anonimato generalizada en imbricación con el castigo (social y personal) torna en una clara barrera de petición de ayuda.

Desde esta óptica, las lecturas sociales desiguales que se depositan en hombres y mujeres jóvenes sobre el consumo de alcohol, revierten indudablemente en que las principales problemáticas derivadas del consumo tengan una clara lectura de género. En concreto, las violencias sexuales y de género, han sido identificadas como una de las principales problemáticas que se originan durante las fiestas patronales, de tal manera que, pese a que las violencias de género no necesariamente tengan como escenario las fiestas, sí suelen ser espacios en los que se producen los primeros contactos.

De esta forma, al igual que ocurre con el binomio penalización *vs.* exculpación, las lecturas sociales desiguales sobre el consumo de alcohol también generan la nomenclatura **vulnerabilidad *vs.* facilitador**, a partir de la cual las mujeres son percibidas como "más accesibles", en tanto que el consumo de alcohol puede disminuir su capacidad de reacción, al mismo tiempo que se considera el alcohol como desencadenante de las conductas violentas por parte de los chicos -pese a que el consumo nunca sea el responsable de la situación-.

Esta cuestión se complejiza todavía más si se tiene en cuenta la **falta de visibilización de los abusos sexuales**, de manera que los actos de carácter sexual no deseados y que no impliquen una "violencia directa", son frecuentemente pasados por alto por parte de la ciudadanía. Así, las violencias de este tipo acontecidas en estos espacios festivos, presentan tres características fundamentales que han de tomarse en cuenta para la puesta en marcha de **prácticas de prevención e intervención sociosanitaria desde la perspectiva de género**:

1. Las dinámicas y las desigualdades de género imperantes, a través de las cuales se castiga a las mujeres por haber consumido alcohol, a la par que se desculpabilizan las conductas masculinas al encontrarse “bajo los efectos del alcohol”.

2. La minusvaloración de las violencias sexuales y de género, más aún en contextos recreativos en los que el consumo de alcohol funciona como subterfugio para subestimar y minimizar estas conductas.

3. La falta de anonimato que, con frecuencia, protagonizan los entornos rurales y que supone una clara barrera de petición de ayuda por parte de las mujeres jóvenes.

No obstante, en tanto dinámicas socioculturales, éstas no solo moldean las miradas y las lecturas de género que se vuelcan sobre las mujeres y los hombres jóvenes, sino **que también pautan el diseño y el desarrollo de las estrategias de prevención y atención** que se despliegan en estos contextos.

En este sentido, las principales problemáticas detectadas a lo largo del presente estudio en materia de prevención desde la perspectiva de género, podrían sintetizarse en que, a menudo, se sigue depositando la atención en las “problemáticas” originadas por los efectos del consumo del consumo de alcohol y no tanto en la relación que tienen éstas con la socialización de género y las prácticas sociales que preexisten al consumo.

Este hecho en conjunción con la **escasez de recursos sociosanitarios, educativos y de prevención de los que suelen disponer los municipios rurales**, así como la ausencia de instrumentos de evaluación, torna en una forma particular de exclusión ciudadana, en la que se produce un agravio comparativo con la ciudadanía joven de los municipios urbanos en materia de derecho a la promoción de la salud y la igualdad de género.

Así, las fiestas patronales, todavía lejos de ser una simple manifestación recreativa, aglutinan y legitiman muchos de los valores, modelos y jerarquías de las sociedades en las que se desenvuelven. De esta forma, la no inclusión de la perspectiva de género en la planificación, desarrollo y evaluación de las fiestas implica -además de la falta de adecuación de los programas a la realidad social- la representación de una estructura desigual de género legitimada a través del consumo de alcohol.

RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA

A partir de la realización del estudio y de las conclusiones elaboradas sobre el análisis de las fiestas patronales, a continuación, se realizan una serie de recomendaciones y propuestas de mejora orientadas a incorporar la perspectiva de género en el contexto de las fiestas patronales de los municipios rurales, haciendo especial énfasis en la confluencia entre el consumo de alcohol, género y juventud. Las recomendaciones se desglosan en tres apartados: prevención (relacionada con la mejora de la comunicación y de los mensajes en materia de sensibilización), formación de agentes e innovación (orientada a formular "nuevas" propuestas de intervención y/o sensibilización).

Estas recomendaciones buscan, por tanto, definir algunos de los medios básicos con los que deberían contar los ayuntamientos de los municipios rurales -sin excepciones- para la realización de fiestas populares inclusivas desde el punto de vista de género, sin que éstos dependan de la voluntariedad política o de su realización por parte de colectivos civiles:

Prevención

- Realizar campañas y planes de prevención a lo largo de todo el año sobre el consumo de alcohol desde la perspectiva de género.
- Diseñar mensajes que pongan el acento en la socialización de género en los estigmas del consumo.
- Creación de mensajes orientados a la denuncia por parte de las y los testigos, ante la falta de anonimato de los municipios rurales
- Sensibilización presencial a peñas locales y utilización de redes sociales como principales vías para difundir las campañas y llegar a la población joven
- Incluir una mesa técnica de igualdad en las comisiones de fiestas

Formación

- Sensibilización del cuerpo técnico y político municipal sobre la incidencia de las desigualdades de género en el consumo de alcohol, con especial énfasis en contextos festivos y recreativos
- Sensibilización de cargos técnicos y políticos en materia de violencias sexuales y de género

- Formación de agentes específicos sobre prevención del consumo y violencias de género
- Formación dirigida a jóvenes sobre consumo de alcohol y perspectiva de género

Innovación

- Fomentar la co-creación de actividades con la población joven. Establecer sinergias con los y las jóvenes en busca de actividades libres de alcohol que, durante las fiestas, pudieran resultar estimulantes para chicas y chicos.
- Establecimiento de “puntos” de información en materia de prevención del consumo de alcohol desde la perspectiva de género durante el desarrollo de las fiestas, puestos en conocimiento a la ciudadanía de manera previa al desarrollo de estas.
- Contratación de profesionales “independientes”, no conocidos por la población, en los diferentes servicios de prevención y atención intervinientes, para contrarrestar la falta de anonimato de los municipios rurales.
- Realizar encuestas a la población y especialmente a las y los más jóvenes sobre los contenidos de las fiestas y las problemáticas vivenciadas durante las mismas.
- Establecimiento de protocolos fijos, bien definidos y comunicados a la población y los diferentes agentes participantes en el desarrollo de las fiestas, que no dependan de la voluntariedad política para ser ejecutados o no.
- Diseñar e implementar herramientas de evaluación coordinadas entre las y los diferentes agentes que intervienen en el desarrollo de las fiestas, con el objetivo de poder desarrollar respuestas sistematizadas y eficaces de cara a la realización de próximas fiestas.

Bibliografía

- **Aguinaga, Josune y Comas, Domingo** (1997) *Cambios de hábito en el uso del tiempo*
- **Alcedo, Mª Ángeles., Dema, Sandra., Fontanil, Yolanda., y Solis, Patricia** (2014). *Estudio sobre el consumo de Alcohol en adolescentes y jóvenes del Concejo de Oviedo.* Oviedo: Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Oviedo.
- **Altell, Gema., Martí, Mercé., y Missé, Miquel** (2015). "Perspectiva de género en espacios de ocio nocturno y drogas: observando los riesgos de las mujeres". En J. M. González (Ed.). *Poniendo otras miradas a la adolescencia: Convivir con los riesgos: drogas, violencia, sexualidad y tecnología*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto, Deusto Digital 31.
- **Arenas, Carmen y Ramírez, Alonso** (2006). *Problemas emergentes en jóvenes y adolescentes. Evaluación del plan de prevención del Centro de Solidaridad de Zaragoza.* Fundación Centro de Solidaridad de Zaragoza.
- **Biolatto, Leonardo** (2018). Estrategias con adolescentes para prevenir el consumo problemático de alcohol: modalidades y ámbitos de aplicación. *Hacia la Promoción de la Salud*, *23*(2), 48-66.
- **Cabral, Blanca Elisa y O Samudio,** Edda (2005). El género, una categoría de análisis crítico que nos cuenta otra historia*. Trocadero*, 1(17), 239-247.
- **Cano, Ángela María Trujillo; Gómez, Augusto Pérez; Díaz-granados, Orlando Scoppetta** (2011). Influencia de variables del entorno social sobre la ocurrencia de situaciones problemáticas asociadas al consumo de alcohol en adolescentes. *Adicciones*, vol. 23 (4), 349-356.
- **Cantos, Raquel** (2018). *Como Dios manda. Modelos ideales de mujer y hombre. Análisis, por décadas, a través del cine, los juguetes, la publicidad y la música españoles*. Madrid: Fundación Atenea.
- **Comas, Domingo** (2004). Lo*s adolescentes en Hirusta. Resultado de una evaluación.* Vitoria: Gobierno Vasco.

- **Comas, Domingo** (1990). *El síndrome de Haddock. Alcohol y drogas en Enseñanzas Medias.* Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.
- **Comas, Domingo** (2001). *La evaluación de los programas de ocio alternativo de fin de semana.* Madrid: Instituto de la Juventud. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- **Cortés, María Teresa., Espejo, Begoña., y Giménez, José Antonio** (2007). "Características que definen el fenómeno del botellón en universitarios y adolescentes". *Adicciones, [S.l.], 19(4),* 357-372.
- **Crenshaw, Kimberle** (1989). "Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory, and Antiracist Politics". En: *Feminism in the Law: Theory, Practice, and Criticism*. 139-67. University of Chicago Legal Forum.
- **Elzo, Javier., Comas, Domingo., Laespada, María Teresa., Salazar, Leire., y Vielva, Isabel** (2000). Las culturas de las drogas en los jóvenes: Ritos y fiestas. *Vitoria: Gobierno Vasco*.
- **Esteban, Mari Luz** (2003). El Género como categoría analítica. Revisiones y aplicaciones a la salud. *Cuadernos de Psiquiatría Comunit*aria, 3(1), 22-39.
- **Fausto–Sterling, Anne** (2000). *Cuerpos Sexuados.* Barcelona: Melusina.
- **Ferapi S.L** (2009). *Análisis de las fiestas del territorio histórico de Gipuzkoa desde una perspectiva de género.* Diputación Foral de Guipuzkoa: Departamento de deportes y acción exterior.
- **Fundación Eguía Careaga** (2014). *Desigualdades socioeconómicas, consumo de drogas y territorio.* Centro de Documentación y Estudios.
- **Fundación Salud y Comunidad** (2018*). Noctámbul@s: Observatorio sobre la relación entre el consumo de drogas y los abusos sexuales en espacios de ocio nocturno.* Quinto informe anual (2017-2018).
- **Gisbert, Verònica** (2016). En nombre de la tradición: Conflictos socio-festivos por razón de Género. *Anuario del Conflicto Social, 0(5).*

- **Gómez, Raúl Ángel., Luque, Leticia Elizabeth., Ceballos, Mauro., Capellino, Mariela y Bittar, Cecilia** (2008). Consumo de alcohol en adolecentes: el rol de las creencias adictivas. *XV Jornadas de Investigación y Cuarto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur*. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- **Harding, Sandra** (1996). *Ciencia y feminismo.* Madrid: Morata.
- **López, Nereida y Gómez, Leire** (2015). Análisis y proyección de los contenidos audiovisuales sobre jóvenes y drogas en YouTube. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, *21*(2), 863-881.
- **Maquieira, Virginia** (2001). "Género, diferencia y desigualdad", en E. Beltrán, V. Maquieira, S. Álvarez y C. Sánchez (Eds.). *Feminismos. Debates teóricos contemporáneos*. Madrid: Alianza.
- **Martínez, Patricia., Rodríguez, Elena., y Megías, Ignacio** (2019). *Distintas miradas y actitudes, distintos riesgos. Ellas y ellos frente a los consumos de drogas.* Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad.
- **Megías, Eusebio., Ballesteros, Juan Carlos., Conde, Fernando., Elzo, Javier., Laespada, Teresa., Megías, Ignacio., y Rodríguez, Elena** (2007). *Adolescentes ante el alcohol. La mirada de padres y madres.* Colección Estudios Sociales, 22. Fundación "La Caixa".
- **Megías, Eusebio., Ballesteros, Juan Carlos., Conde, Fernando., Elzo, Javier., Laespada, Teresa., Megías, Ignacio., y Rodríguez, Elena (2007).** *Adolescentes ante el alcohol. La mirada de padres y madres.* Colección Estudios Sociales, 22. Fundación "La Caixa".
- **Molina, Belén Lorente; Zambrano, Carlos Vladimir** (2010). Reflexividad, Trabajo Social comunitario y sensibilización en derechos. *Cuadernos de Trabajo Social*, vol. 23, p. 85-102.

- **Moral, Beatriz** (2008). “Marco teórico” en *Cómo introducir la perspectiva de género en los proyectos de drogodependencias. I Jornada de la Comisión de Género del Gobierno Vasco.*

- **Obradors-Rial, Nùria., Ariza, Carles. y Muntaner, Carles** (2014). Consumo de riesgo de alcohol y factores asociados en adolescentes de 15 a 16 años de Cataluña Central: diferencias entre ámbito rural y urbano. Gaceta Sanitaria, 28(5), 381-385.

- **Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones** (2016). *Encuesta estatal sobre uso de drogas en estudiantes de enseñanzas secundarias España* (ESTUDES). Madrid: Delegación del Gobierno para el Plan nacional sobre Drogas.

- **Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones** (2017). *Encuesta sobre alcohol y drogas en España* (EDADES). Madrid: Delegación del Gobierno para el Plan nacional sobre Drogas.

- **Orgaz, Mª Pilar., Segovia, M., López, Francisco., y Tricio, Miguel Ángel** (2005). Consumo de alcohol en escolares toledanos: motivos y alternativas. *Atención Primaria, 36(6*), 297-305.

- **Pallarés, Joan y Pere, David** (2013). *¿Beber para crecer? El consumo de alcohol en los menores de edad.* Lleida: Editorial Milenio.

- **Pallarés, Miguel** (2012). *Violencia de género. Reflexiones sobre la relación de pareja y la violencia contra las mujeres*. Marge Books.

- **Rekalde, Ángel** (2005). *Drogas de ocio y perspectiva de género en la CAPV.* Vitoria-Gasteiz: Observatorio Vasco de Drogodependencias.

- **Romo Avilés, Nuria** (2005). Género y uso de drogas: la invisibilidad de las mujeres.

- **Romo, Nuria y Gil, Eugenia.** (2006). Género y uso de drogas. De la ilegalidad a la legalidad para enfrentar el malestar. *Trastornos Adictivos*, 8 (4), 243-250.

- **Sánchez, Dolores** (1999). "Androcentrismo en la ciencia. Una perspectiva desde el Análisis Crítico del Discurso". En Barral, María José; Magallón, Carmen; Miqueo, Consuelo y Sánchez, María Dolores (Edas*.), Interacciones ciencia y género. Discursos*

y prácticas científicas de mujeres. Barcelona: Icaria, Colección Antrazyt, pp. 161-184, ISBN 84-7426-435-5

- **Sánchez, Lorenzo** (2009). *Drogas y perspectiva de género. Documento marco.* Xunta de Galicia: Servicio Gallego de Salud.
- **Scott, Joan** (1986). "Gender: A Useful Category of Historical Analysis", *American Historical Review*, 91, pp. 1053-1075, 1986.

Anexo

Tabla 20. Número medio de unidades de alcohol (vasos o capas) que se han consumido en los últimos 7 días, según tamaño de la población y género

TAMAÑO DEL MUNICIPIO	VINO/CHAMPÁN o CAVA		CERVEZA o SIDRA		VERMÚ, JEREZ o FINO		COMBINADOS o CUBATAS		LICORES DE FRUTAS SOLOS (PACHARÁN, MANZANA)		LICORES FUERTES SOLOS (COÑAC, GINEBRA, WHISKY)	
	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER
Menos de 2.000	2,41	1,49	5,03	3,83	0	1,00	3,60	2,56	3,34	2,40	4,53	4,00
2.001 a 10.000	2,99	2,49	4,44	3,48	1,00	1,00	3,50	3,10	1,63	1,66	5,30	2,96
10.001 a 20.000	4,16	2,94	4,41	3,29	1,56	0	3,56	2,92	2,00	1,76	1,65	1,97
20.001 a 100.000	3,45	2,45	4,49	2,95	2,34	2,57	3,79	2,97	2,12	2,65	6,02	3,28
100.001 a 400.000	2,73	2,34	5,38	3,51	2,48	3,93	4,02	3,02	1,86	2,14	2,42	1,91
Más de 400.001	2,72	2,37	5,01	3,50	6,00	4,67	3,69	3,09	1,64	1,24	3,14	1,00

Fuente: elaboración propia a partir de EDADES (