

GRUPOS DE FAMILIA
AL-ANON / ALATEEN, España (O.S.G)



Barcelona, 15/11/13

*“Familias y
consumos de alcohol adolescentes:
entre el rechazo formal
y la aceptación fáctica”*

Miguel Ángel Rodríguez Felipe



CONSUMOS ADOLESCENTES DE ALCOHOL

- **Incluidos en un contexto global de consumo alcohólico**
- **Marcados por un modelo de consumo específico y diferencial**

CONSUMOS ADOLESCENTES DE ALCOHOL

- Incluidos en un contexto global de consumo alcohólico
 - ✓ 91% población (15-64) ha bebido alcohol
 - ✓ 10% población (15-64) bebe a diario
 - ✓ 19% población (15-64) se emborrachó en el último año
 - ✓ 9 de cada 10 adolescentes crecen en domicilios en los que se bebe
 - ✓ 93% de adolescentes creen que comprar alcohol les resulta fácil o muy fácil

CONSUMOS ADOLESCENTES DE ALCOHOL

- Marcados por un modelo de consumo específico y diferencial
 - ✓ Años '80: aparece el nuevo modelo
 - ✓ Años '90: se profundiza e institucionaliza
 - ✓ Actualidad: se vive como un elemento identitario
 - “Así beben los jóvenes”
 - “Para ser joven, hay que beber así”
 - ✓ Adolescentes:
 - Se incorporan al modelo (“Ser *joven* cuanto antes”)
 - Sobreactúan el modelo (“Ser *más joven* que nadie”)

MODELO DE CONSUMO JUVENIL DE ALCOHOL

MODELO TRADICIONAL	NUEVO MODELO
Durante la semana laboral	En el fin de semana
Acompañando las comidas	Diferenciado de las comidas
Como energizante en el trabajo	Vinculado al ocio
Como acompañante de las relaciones sociales	Como pretexto de las relaciones sociales
En fiestas y celebraciones	En casi todos los fines de semana
Los adultos inician a los jóvenes en el consumo	Los jóvenes se inician por si mismos
Lugares mixtos	Lugares especializados

MODELO DE CONSUMO JUVENIL DE ALCOHOL

- **FUNCIONES BÁSICAS**
 - ✓ Funciones relacionales y vinculares
 - ✓ Funciones de diferenciación
 - Provocación “controlada”
 - Enfatización del “exceso”
 - Búsqueda de espacio propio
 - Lugares
 - Bebidas
 - Ausencia de control familiar

FACTORES QUE AYUDAN A CONSOLIDAR EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ADOLESCENTES

FACTORES GLOBALES:

- **Adolescencia / Juventud: paréntesis vital**
 - ✓ Ausencia de responsabilidades colectivas
 - ✓ Etapa prolongada
- Contexto hiperconsumista
- Valores sociales concurrentes
- Potente industria de ocio / consumo

FACTORES GENERACIONALES:

- Ocio / consumo como vínculo social
- Necesidad de diferenciación / ruptura
- Fondos económicos abundantes volcados en el ocio / consumo
- Modelo de consumo como elemento identitario

DISCURSO DE LOS ADOLESCENTES

- Los padres “no entienden”
- No tiene sentido hablar con ellos
 - ✓ Hay que ocultar algunos comportamientos
 - ✓ Hay que mantener el statu-quo formal
- Pero los padres hacen lo que tienen que hacer
 - ✓ Es su papel
 - ✓ No hay que hacer mucho caso
 - ✓ “Tampoco se preocupan tanto”
- Los adolescentes necesitan su espacio
 - ✓ Su gente, sus intereses, sus comportamientos
 - ✓ Lejos del control familiar
 - ✓ Poniendo (o quitando) reglas
- En casa no tiene sentido beber (porque eso no es “beber”)
- Los más jóvenes son los que descontrolan

DISCURSO DE LOS JÓVENES

- “Legitimidad del consumo”
 - en función de la edad (“lo que es apropiado a cada edad”)
 - en función del ámbito de consumo (“donde es apropiado consumir”)
- Este concepto abre paso a la idea de “riesgo para otros”
 - *“yo sí tengo edad”*
 - *“yo sí consumo en espacio/tiempo adecuado”*
- El riesgo propio es relativo, es una “lotería” (y tampoco es para tanto).
- Los riesgos los define el grupo
 - dictamina el nivel y naturaleza de los riesgos
 - ofrece la “experiencia paralela” facilitadora
 - ofrece cobertura y supuesta protección
- La integración en el grupo es el principal BENEFICIO esperado:
 - el grupo no presiona para consumir
 - presiona la norma interiorizada (lo que se cree que el grupo espera)

DISCURSO DE PADRES Y MADRES

- Obligada preocupación ante consumo de alcohol de sus hijos
- Dificultad para razonar la preocupación
 - ✓ “Todos hemos sido así”
 - ✓ “Para crecer hay que beber”
 - ✓ “Todos lo hacen”
- Preocupación situada en el “exceso”
 - ✓ Mezcla con drogas ilegales
 - ✓ Comportamientos asociales
- Proyección del conflicto en otros adolescentes
 - ✓ “Son los hijos de otros los que desfasan”
- Inhibición
 - ✓ Cuando los hijos son pequeños: no hay que actuar
 - ✓ Cuando los hijos son adolescentes: es inútil actuar
- Cierta sensación de impotencia
 - ✓ Todo depende de otros (amigos, medios de comunicación, modas...)
- Delegación de responsabilidades
 - ✓ Que eduque la escuela
 - ✓ Que controlen las Administraciones

DISCURSO SOCIAL

- **Ambigüedad**
 - ✓ Preocupa la salud de los adolescentes
 - ✓ Preocupa el orden social
- **Ambivalencia**
 - ✓ El consumo de alcohol tiene muchos riesgos
 - ✓ “No es para tanto”
- **Proyección de riesgos**
 - ✓ Son otros los que generan peligro
- **Desresponsabilización**
 - ✓ La situación depende de otros
 - ✓ Son otros los que deben actuar

UN ENSAYO DE TIPOLOGÍA DE JÓVENES

- **Agrupaciones, excluyentes entre sí, de jóvenes, en función de los elementos que más les identifican y más les separan de los otros grupos**
- **Agrupaciones basadas en:**
 - **Iconos con los que se identifican los propios encuestados**
 - **Valores finalistas de los propios encuestados**
 - **Justificación de comportamientos de los propios encuestados**
- **Agrupaciones cruzadas posteriormente con:**
 - **Variables sociodemográficas**
 - **Prioridades en la asignación de recursos**
 - **Proyección laboral de futuro**
 - **Situación de convivencia**
 - **Situación laboral**
 - **Aburrimiento percibido**
 - **Relaciones (padres y amigos)**
 - **Ideología (religiosa y política)**

 - **Consumos de drogas**
 - **Percepciones sobre drogas (riesgos, beneficios, opiniones...)**

CINCO TIPOS DE JÓVENES

Integrado / Normativo	32.7%
Retraído	21.4%
Ventajista / Disfrutador	19.8%
Alternativo	15.2%
Incívico / Desadaptado	10.9%
TOTAL	100.00%

TIPOS DE JÓVENES Y CONSUMOS DE DROGAS

✓ *Integrado / normativo*

- El de menores niveles de consumo de sustancias ilegales
- Consumos de tabaco y alcohol próximos a la media
- Ven más riesgos y menos beneficios en los consumos de drogas

✓ *Retraído*

- Es el segundo Tipo que menos consume, sobre todo drogas ilegales
- A pesar de ello, consumos significativos de todo
- Visión de riesgos y beneficios, en la media

✓ *Ventajista / Disfrutador*

- Siendo más jóvenes, consumen de todo bastante más que la media
- En conjunto, es el segundo Tipo que más consume
- Ven menos riesgos y más beneficios que la media en los consumos

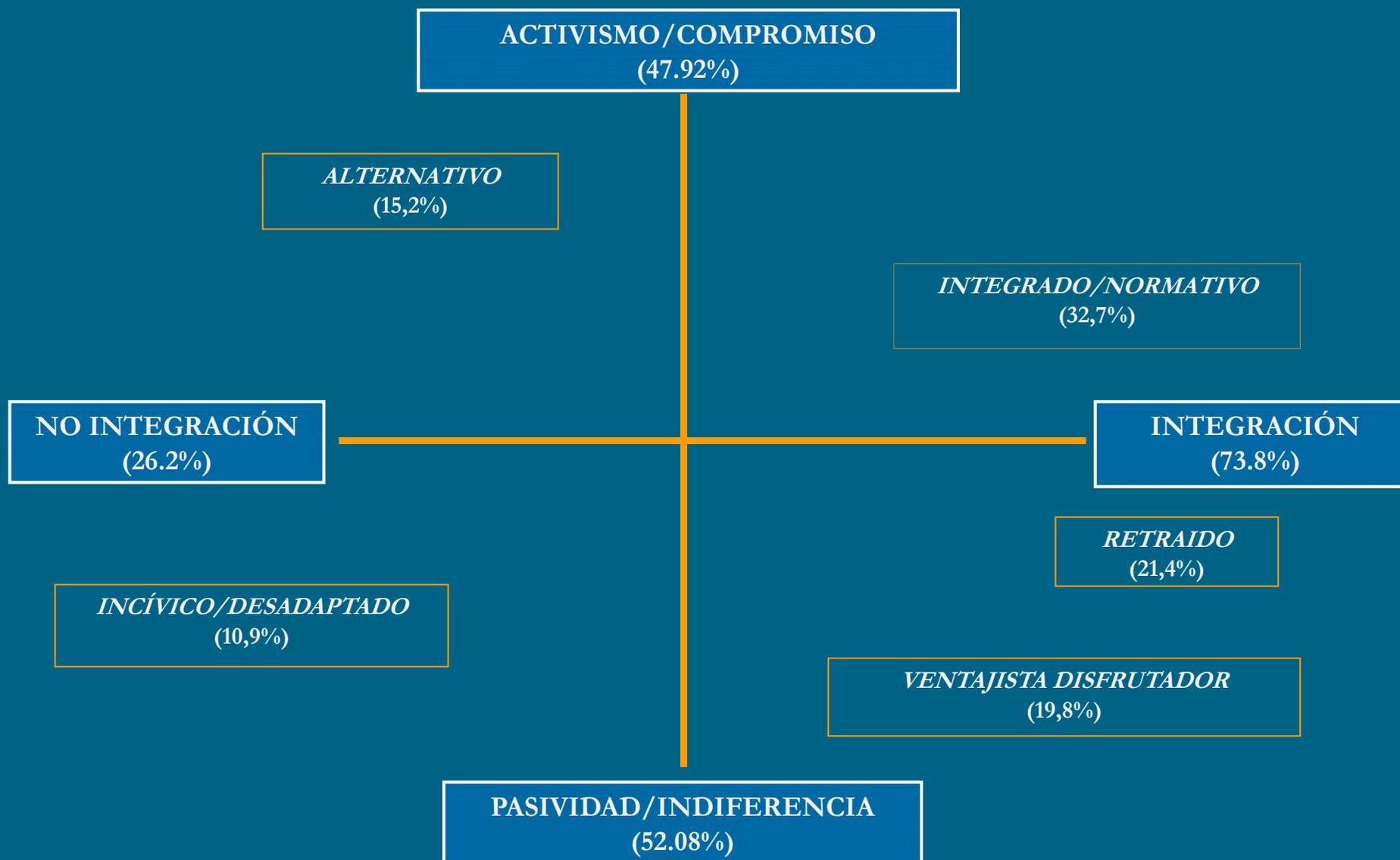
✓ *Alternativo*

- Siendo los mayores, consumen más que la media, pese a ver más riesgos y menos beneficios que esa media
- Es el tercer Tipo en orden de consumo, salvo para cánnabis, que consumen los que más, siendo una sustancia muy especial

✓ *Incívico / Desadaptado*

- Son los mayores consumidores de drogas (salvo cánnabis)
- Ven menos riesgos y, sobre todo, muchos más beneficios que la media

POSICIONES TIPOS, SEGÚN SU INTEGRACIÓN Y COMPROMISO



*Dos claves finales para prevenir los **PROBLEMAS** por consumo de alcohol*

Educación en valores prosociales

- ✓ Fomentan estilos de vida proactivos, participativos.
- ✓ Preocupación por lo colectivo, superación del egoísmo
- ✓ Relegan los consumos a espacios vitales secundarios

Fomento de la actitud reflexiva y crítica

- ✓ Hacia los riesgos
- ✓ Hacia las expectativas de beneficio

DISCURSOS MINORITARIOS EMERGENTES

- **EN PADRES Y MADRES**

“Hay que recuperar para la familia, la socialización y la educación en el consumo de alcohol”

- **EN ADOLESCENTES Y JÓVENES**

“El exceso es inmadurez. Hay que controlar mejor, para reforzar las funciones vinculares y relacionales del alcohol”

Muchas gracias

Moltes gracies

marodriguez@fad.es

www.fad.es