

---

# CAMBIOS EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN ESPAÑA

Francisco Alvira Martín

---

En el año 1973, una comisión de trabajo presidida por Joaquín Santo-Domingo elevó a la «Comisión Interministerial sobre el Alcoholismo y Tráfico de Estupefacientes» una memoria sobre los problemas del alcoholismo y consumo de drogas en España. Esta memoria puede servir perfectamente como punto de referencia para analizar los cambios que han tenido lugar en el consumo de bebidas alcohólicas en España. Según dicha memoria, el consumo de bebidas alcohólicas se caracterizaba en aquellas fechas por los siguientes rasgos:

- 1) El tipo de bebida alcohólica más extendido era el *vino*, aunque la *cerveza* empezaba ya a incrementar su presencia. El resto de las bebidas alcohólicas se bebían ocasionalmente, no de un modo generalizado/habitual.
- 2) Las cantidades consumidas variaban fuertemente según distintas características sociodemográficas, de las que la más significativa era el *sexo*: frente a cerca de dos tercios de varones consumidores habituales de alcohol, había tan sólo un tercio de mujeres. El consumo medio se estimaba en 12,1 litros de alcohol puro por año per cápita.
- 3) La mayor parte del consumo tenía lugar en las comidas, pero había importantes minorías que consumían fuera de ellas.

- 4) El número de abstinentes, es decir, no consumidores de alcohol, había ido disminuyendo paulatinamente, estimándose en el 14 por 100 para los varones y el 22 por 100 para las mujeres. Las diferencias entre los porcentajes de abstinentes y de consumidores habituales reflejan la proporción de consumidores ocasionales.
- 5) La embriaguez era la norma habitual tan sólo para un 2 por 100 de varones y menos de un 1 por 100 de mujeres, referidos estos datos a los fines de semana.
- 6) La edad marcaba pautas distintas de consumo, pero en la memoria no queda claro cuáles eran éstas; se señala, sin embargo, que los jóvenes de clase trabajadora bebían ante todo vino, mientras que los de clase alta se centraban en los licores.
- 7) Por último, se señalaban las diferencias regionales existentes: consumo más alto en el Norte y menor en el Sur y en la región valenciana.

En 1982, la Dirección General de la Salud Pública del Ministerio de Sanidad promovió un estudio cualitativo sobre las pautas de consumo de bebidas alcohólicas de los jóvenes españoles. El estudio que dicha Dirección General había realizado en 1980 sobre el consumo de la población adulta mayor de 18 años había detectado una serie de tendencias del consumo que resultaban preocupantes, y ésta fue la razón de dicho estudio cualitativo, que fue seguido de un estudio cuantitativo en 1984, también referido a los jóvenes españoles. Estos tres estudios, junto con el realizado en enero de 1986 por el CIS, son los elementos básicos en los que se sustenta este artículo, puesto que el nuevo estudio promovido por la Dirección General de la Salud Pública sobre población adulta está en estos momentos llevándose a cabo.

El estudio cualitativo realizado en 1982 sobre jóvenes de 12 a 29 años puso de relieve que se habían producido tres hechos indicadores de un cambio de las pautas de consumo de alcohol:

- 1) Reducción de la edad en que se comienza a beber bebidas alcohólicas de un modo habitual.
- 2) Cambio en las motivaciones para el consumo, primando cada vez más la búsqueda de los propios efectos del alcohol.
- 3) Aumento del consumo de bebidas alcohólicas en días festivos y fines de semana y, como consecuencia del cambio de motivaciones, aumento de la frecuencia y número de «borracheras».

Estos tres indicadores ponían de relieve que se había producido un cambio sustancial en el modelo de consumo de alcohol, de modo que habría surgido un nuevo modelo que se presentaba como una ruptura total de las pautas de consumo de los adultos.

1. *La edad de comienzo del consumo de bebidas alcohólicas*

En un país en el que el vino —y en general las bebidas alcohólicas— constituye parte integral de su cultura, es lógico que se comience a tomar bebidas alcohólicas a muy tempranas edades. Ahora bien, hay diferencias importantes entre la copa de sangría, cerveza o champán, etc., que toma un niño en una fiesta familiar o popular y el comienzo del consumo de bebidas alcohólicas de un modo habitual. En el análisis de pautas de consumo y de sus cambios resulta más importante esta última fecha/edad.

Los datos disponibles (véase cuadro 1) muestran que el comienzo del consumo se produce en España a edades muy tempranas. Para 1986, y tomando como referencia la población mayor de 15 años, la media de edad de este inicio de consumo se sitúa en los 17 años. Lo interesante es que esta cifra ha ido descendiendo paulatinamente en los últimos años.

Así, en 1984, la edad media para los españoles de 15 a 20 años era de 15 años, y de 16 para los de 21 a 25 años. En 1986, y según datos del CIS, la edad media en el grupo de 15 a 20 años era de 14 años, y de 15 en el grupo de 21 a 25 años. Es decir, ha habido una reducción de un año por término medio en el comienzo del consumo regular de bebidas alcohólicas.

Además, aunque al nivel de la población española en general esta edad media es menor entre los varones que entre las mujeres, dado que los hom-

CUADRO 1

*Edad de inicio del consumo de bebidas alcohólicas*

	<i>Media</i>	
	<i>*</i>	<i>**</i>
TOTAL ... ..	15	17
<i>Sexo</i>		
Hombres ... ..	15	16
Mujeres ... ..	15	18
<i>Edad</i>		
15-20 ... ..	15	14
21-25 ... ..	16	15
26-45 ... ..	—	17
46-65 ... ..	—	18
Más de 65 ... ..	—	19

\* Estudio de la Dirección General de la Salud Pública, 1984.

\*\* Estudio del CIS, 1986.

bres empiezan a beber antes, esta diferencia desaparece en los jóvenes de 15 y 25 años. Las diferencias entre hombres y mujeres a este respecto han ido desapareciendo en los últimos años, del mismo modo que han ido desapareciendo otros tipos de diferencias sociales entre ambos sexos.

La reducción de la edad del inicio del consumo es el resultado de múltiples factores que operan conjuntamente. De una parte, debe mencionarse el aumento del *dinero y tiempo disponible* por parte de los jóvenes; ambos hechos, junto con la forma cómo se estructura el ocio juvenil en torno a *pubs*, bares y discotecas, han facilitado este inicio temprano de consumo. Los tres aspectos —dinero, tiempo y contexto— realmente son tres indicadores del mismo constructo: disponibilidad de bebidas alcohólicas. Esta disponibilidad es función directa del dinero que se pueda dirigir hacia su consumo, del número de lugares en que se dispensen bebidas alcohólicas y del tiempo que se pueda dedicar a dicho consumo. Todos los estudios realizados sobre la relación disponibilidad y consumo muestran una fuerte asociación positiva, de modo que cuanto mayor es la disponibilidad, mayor es el consumo.

Quiero destacar que, en general, el comienzo del consumo no se produce dentro de la propia familia del joven adolescente. Se produce fuera de la propia casa, en compañía de amigos o compañeros, a pesar de que normalmente las familias españolas adoptan una actitud favorecedora del consumo, o al menos no adoptan una actitud negativa.

De hecho, ésta es una de las grandes diferencias del consumo de alcohol por parte de los jóvenes respecto del consumo de los adultos: su consumo se produce fuera de casa y se mantiene independiente de ella un largo período de tiempo, de modo que no suele originar un consumo familiar a medio plazo.

## 2. Tipos de bebidas alcohólicas consumidas

España ha sido considerada siempre como país del vino, un país donde la cultura del vino prácticamente ahoga cualquier otro tipo de bebida alcohólica. En los últimos quince años, el vino ha ido perdiendo terreno frente a la cerveza y al resto de bebidas destiladas, consumidas solas o en combinaciones. Este proceso se ha acelerado enormemente en los últimos cinco años, tal y como reflejan los diferentes estudios que estoy utilizando (véase cuadro 2).

Tomando como indicador el consumo habitual en una semana y distinguiendo entre días laborables y festivos, los datos muestran que de 1980 a 1986 el número de consumidores de cerveza ha aumentando tanto en los días laborables como en los festivos (3 y 4 puntos porcentuales), mientras que el número de consumidores de vino ha descendido tanto en los días laborables (8 puntos porcentuales) como en los festivos (17 puntos). Correlativamente al aumento del número de personas que consumen cerveza, ha au-

CUADRO 2

Porcentaje de consumidores de diferentes bebidas alcohólicas

	CERVEZA		VINO		BEBIDAS DESTILADAS		NINGUNA	
	Lab.	Fest.	Lab.	Fest.	Lab.	Fest.	Lab.	Fest.
	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)
TOTAL * .....	19 22	25 29	46 38	56 39	15 10	23 31	46 46	37 34
<i>Sexo</i>								
Hombres .....	30 33	35 36	59 49	67 49	26 17	39 43	29 28	22 22
Mujeres .....	8 12	16 23	34 27	45 30	3 4	9 19	62 62	50 46
<i>Edad **</i>								
18-24 .....	32 41	43 53	44 23	65 26	16 12	40 50	40 43	32 21
25-34 .....	27	35	55	67	21	32	35	25
35-49 .....	17	21	48	56	13	21	47	37
50-64 .....	9 12	12 20	44 43	45 43	12 9	12 21	54 48	50 41
65-75 .....	5 9	8 11	38 38	41 39	9 4	8 10	60 56	55 55

\* No tiene por qué sumar 100 porque hay consumo múltiple.

\*\* Los criterios de edad en la encuesta del CIS son 15-25, 21-45, 46-65 y +65 años.

(1) Año 1980: Encuesta Icsa-Gallup para el Ministerio de Sanidad (N=1.500).

(2) Año 1986: Encuesta CIS (N=2.500).

mentado también el número de consumidores de bebidas destiladas en los días festivos (8 puntos), aunque no en los laborables.

El número de personas que habitualmente no consumen bebidas alcohólicas ha permanecido constante en los días laborables. En 1980, un 46 por 100 de españoles no consumían habitualmente bebidas alcohólicas, y este mismo porcentaje es el que se obtiene en 1986; en los días festivos hay un ligero descenso del porcentaje de abstinentes (de 37 por 100 se pasa a 34 por 100).

Las diferencias porcentuales son todas significativas y, aunque parezcan en algunos casos pequeñas, debe tenerse en cuenta que cada punto porcentual representa cerca de 300.000 personas, de modo que un descenso de 3 puntos en el número de abstinentes en los días festivos afecta a casi un millón de personas.

En estos últimos cinco años se han producido una serie de cambios que explican las diferencias que aparecen en los datos. De una parte, los grupos de edad más joven que han ido incorporándose al grupo de consumidores de bebidas alcohólicas, de un modo casi mayoritario, consumen cerveza o bebidas destiladas, pero no vino \*. Entre la gente mayor, el consumo de vino se ha mantenido, pero aumentando correlativamente el de cerveza, sobre todo en los días festivos.

Paralelamente, los jóvenes han aumentado de un modo importante su consumo de bebidas destiladas los días festivos, es decir, los fines de semana, entre otras cosas porque buscan de un modo más directo los propios efectos del alcohol y éstos son más rápidos con bebidas de alta graduación.

Junto con estos dos procesos se ha producido un aumento de los consumidores de días festivos/fines de semana, sobre todo entre las mujeres; de modo que mientras el número de varones consumidores es casi dos veces superior al de mujeres en los días laborables, tanto en 1980 como en 1986, en cambio, no llega a 1,5 veces en los días festivos. Además, el número de mujeres no consumidoras en días festivos ha descendido de 1980 a 1986 en 6 puntos porcentuales.

Los resultados de las investigaciones realizadas en 1982 y 1984 sobre las pautas de consumo de los jóvenes españoles muestran, asimismo, estas diferencias de tipos de bebidas consumidas en días laborables y festivos respecto de las consumidas por los adultos.

Los jóvenes contemplan el vino como algo que beben sus padres, algo pasado, y en principio toman cerveza los días laborables y «combinados» los festivos. El contexto en el que se consume —discotecas, bares, *pubs*; en una palabra, fuera del hogar— y el hecho de que el consumo sea social ayuda tanto al aumento del consumo de cerveza en los días laborables como de

---

\* Hay que señalar que la zona norte de España —País Vasco, Santander, Asturias y Galicia— constituye una excepción. En dicha zona se sigue bebiendo mucho vino, tanto los jóvenes como los adultos.

combinados en días festivos, en que normalmente se dispone de más dinero y, además, se busca un cierto grado de embriaguez.

Conviene matizar este abandono del vino y crecimiento del consumo de cerveza y bebidas destiladas. El vino es un tipo de bebida que está en declive; sin embargo, no sucede así en la zona norte de España. Por otra parte, el descenso del consumo de vino es mayor entre los más jóvenes que entre los mayores, lo que implica que puede existir un efecto de la edad, es decir, que los jóvenes que hoy consumen casi exclusivamente cerveza consumirán vino cuando se hagan mayores. Este posible efecto de la edad sería, en todo caso, pequeño. Por último, y referido al tema del vino, el consumo por parte de las mujeres es mayor que entre los jóvenes, lo que matiza de nuevo la sustitución del vino por la cerveza.

### 3. *Momentos del día en que se consumen bebidas alcohólicas*

Un análisis del momento del día en que se consumen bebidas alcohólicas complementa el estudio de los cambios ocurridos a lo largo de estos años en el consumo en días laborables y festivos.

Si dividimos el día en ocho grandes bloques horarios (desayuno, mañana, antes de comer, comida, después de comer, tarde, cena, después de cenar), los datos de los estudios de 1980 y 1986 permiten analizar este tipo de cambios (véase cuadro 3).

Como puede verse, el número de consumidores de bebidas alcohólicas presenta una distribución horaria similar en días laborables y festivos. El consumo es muy pequeño durante la mañana (desayuno y mañana), registrando un aumento importante en el momento del aperitivo (antes de comer) y, sobre todo, en el almuerzo, espacio en el que el número de consumidores es máximo (superior al 40 por 100). Se produce luego un descenso en este número de consumidores, volviendo a incrementarse en el bloque de la cena. De este modo, almuerzo y cena centran el consumo habitual, aunque hay dos momentos —antes del almuerzo y por las tardes— altamente significativos por el número de consumidores.

Aunque la pauta sea similar en los días festivos, se acentúa el consumo fuera del hogar, es decir, fuera de las comidas, disminuyendo sobre todo el consumo en la cena y aumentando correlativamente el realizado antes del almuerzo, por las tardes y después de cenar. Se produce, por tanto, un aumento del consumo social y relacional.

Estas pautas generales han variado de 1980 a 1986, y el análisis de estas variaciones permite aquilatar mejor el cambio producido.

De una parte, en lo que respecta a los días *laborables*, no ha aumentado el número de consumidores en ningún bloque horario excepto en el bloque de la tarde y, en mucha menor medida, después de la cena; el número de

## CUADRO 3

*Momento de consumo de bebidas alcohólicas \**

	DESAYUNO				MAÑANA				ANTES DE COMER				COMIDA			
	<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>		<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>		<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>		<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>	
TOTAL **	3	4	2	3	4	4	4	6	11	9	22	21	42	41	48	44
<i>Sexo</i>																
Hombres	5	7	4	4	8	7	7	10	19	16	32	29	52	53	56	52
Mujeres	—	1	1	1	1	1	2	2	4	3	13	13	33	30	39	36
<i>Edad</i>																
18-24	3	3	3	2	5	4	7	9	19	12	36	26	44	29	52	31
25-34	2	} 6	2	} 3	6	} 4	6	} 7	14	} 10	31	} 25	49	} 48	56	} 51
35-49	3		4		5		4		8		21		41		46	
50-64	3	3	2	3	3	4	3	5	9	8	13	19	38	44	43	48
Más de 65	1	4	1	4	1	3	2	5	3	7	8	9	37	38	41	39



	DESPUES DE COMER				POR LA TARDE				CENA				DESPUES DE CENAR			
	<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>		<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>		<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>		<i>Lab.</i>		<i>Fest.</i>	
TOTAL ... ..	7	6	11	11	9	15	15	24	33	21	33	21	2	4	4	9
<i>Sexo</i>																
Hombres ... ..	13	10	20	17	23	24	31	34	43	29	43	28	4	6	7	13
Mujeres ... ..	1	1	3	4	3	7	9	16	23	13	24	14	1	2	2	5
<i>Edad</i>																
18-24 ... ..	7	4	15	8	21	29	42	56	31	14	39	14	3	10	7	24
25-34 ... ..	9	} 9	15	} 14	18	} 16	25	} 22	40	} 23	39	} 22	5	} 5	7	} 10
35-49 ... ..	7		12		9		13		35		35		2		3	
50-64 ... ..	7	6	9	11	9	9	9	13	28	27	30	25	1	1	2	2
Más de 65 ... ..	9	3	3	6	3	6	4	6	26	17	29	19	1	—	1	1

\* Son porcentajes horizontales.

\*\* La primera columna se refiere a 1980; la segunda, a 1986.

consumidores en el resto de los bloques permanece prácticamente estabilizado y disminuye en la cena (12 puntos porcentuales).

Estas mismas pautas aparecen en los días *festivos*, salvo que el aumento de consumidores en la tarde y después de la cena es mayor y, además, hay un descenso de consumidores en las comidas.

La explicación proporcionada antes permite explicar estos nuevos datos; los jóvenes cada vez beben más fuera de casa, es decir, fuera de las comidas, y, por tanto, por las tardes de los días laborables y festivos, y también después de cenar. Esta pauta juvenil no es algo que se deba exclusivamente a la edad, es decir, no es un efecto del hecho de ser joven, sino que es un auténtico cambio generacional y, por ello, produce cambios a nivel de la población total.

Estas pautas se ven mejor comparando el número de consumidores en diferentes momentos del día, de distintos grupos de edad:

	COMIDA			
	<i>Laborables</i>		<i>Festivos</i>	
	1980	1986	1980	1986
Menos de 25 ... ..	44	29	52	31
26 a 49 ... ..	45	48	51	51
50 a 65 ... ..	38	44	43	48
Más de 65 ... ..	37	38	41	39

En lo que respecta a la comida, tanto para laborables como para los días festivos, en 1986 se puede apreciar un descenso importante del número de consumidores jóvenes de menos de 25 años (entre 15 y 21 puntos porcentuales). Para el resto de los grupos de edad apenas ha habido cambios entre 1980 y 1986.

Sí que se han producido cambios en el período de la tarde, es decir, desde la sobremesa hasta la cena:

	TARDE			
	<i>Laborables</i>		<i>Festivos</i>	
	1980	1986	1980	1986
Menos de 25 ... ..	21	29	42	56
26 a 49 ... ..	14	16	19	22
50 a 65 ... ..	9	9	9	13
Más de 65 ... ..	3	6	4	6

Ha habido un aumento general, en todos los grupos de edad, del número de consumidores en este período horario, siendo este aumento mayor entre los jóvenes. El cambio se ha producido tanto en los días laborables como en los festivos.

En la cena se produce un descenso generalizado del número de consumidores, y después de cenar hay un aumento de éstos, pero sólo entre los jóvenes y, ante todo, los días festivos.

Las pautas son, pues, congruentes con las explicaciones dadas desde el punto de vista del contexto de la bebida. Los jóvenes beben fuera de casa y en compañía y, por ello, beben más por la tarde y menos en las comidas y cenas. Pero también los adultos han cambiado sus pautas de consumo, de modo que ha aumentado el consumo fuera de las comidas, manteniéndose el consumo en el almuerzo, pero descendiendo en la cena. Por tanto, aunque los cambios numéricamente más importantes se han producido entre los jóvenes, también se han producido cambios entre los adultos.

#### 4. Tipología de bebedores

El informe mencionado al principio, elaborado en 1973, ponía de relieve el aumento del consumo per cápita medido en alcohol absoluto. Este aumento había comenzado poco antes de 1970 y llegó a su punto más elevado en 1976; a partir de esta fecha se ha producido una estabilización del consumo per cápita, con una ligera disminución (véase el *Estudio de los hábitos de consumo de alcohol de la población adulta española*, Ministerio de Sanidad y Consumo, 1984).

Esta tendencia debe ponerse en conjunción con los datos provenientes de esa misma fuente y de la encuesta de 1986 del CIS sobre la frecuencia y cantidad de consumidores de bebidas alcohólicas:

	1980	1986
No consumidores ... ..	25	35
Habituales ... ..	52	35
Semanales/moderados ... ..	18	14
Ocasionales ... ..	5	16

El porcentaje de no consumidores (abstinentes totales o prácticamente no consumidores) se ha incrementado en 10 puntos porcentuales desde 1980, según estas fuentes, habiendo disminuido, asimismo, el número de consumidores habituales (diarios) y aumentado el de bebedores ocasionales o semanales.

Estas tendencias casan perfectamente con lo que muestran los dos estudios realizados en 1983 y 1984 sobre el consumo de los jóvenes. El número de consumidores habituales/diarios entre los jóvenes es pequeño, mientras que ha aumentado considerablemente el número de bebedores exclusivos o principalmente de fin de semana. Consumo y tiempo libre van, de esta manera, unidos, a la vez que consumo de bebidas alcohólicas ya no va asociado entre los jóvenes a las comidas y al hogar.

De una parte, ha descendido el número de consumidores; de otra, ha habido un cambio hacia consumo de cerveza y combinados. Estos dos procesos pueden explicar perfectamente el ligero descenso del consumo de alcohol puro per cápita que ha tenido lugar a partir de 1976 a nivel nacional. El descenso del número de consumidores se ha visto compensado por el aumento del consumo de bebidas de alta graduación, y, de la misma manera, el aumento del consumo de cerveza ha compensado el crecimiento demográfico. El resultado es que el consumo total está estabilizado, pero se reparte entre menos consumidores; el riesgo de que aumente el número de alcohólicos y de muertes por cirrosis hepáticas en el futuro es, por tanto, alto, aunque es difícil decirlo con seguridad, puesto que el cambio en el modo de beber, centrandolo en los fines de semana, tendrá también su efecto sobre ambos.

Lo que la comparación entre los datos de 1980 y 1986 parece indicar es que se ha producido un auténtico cambio en las pautas de consumo de bebidas alcohólicas y no sólo diferencias de edad, que desaparecen al hacerse cada cohorte de edad más mayor. Las pautas diferenciales respecto a los adultos que muestran los datos del estudio de jóvenes de 1982 y 1984 no se abandonan al aumentar la edad, sino que en gran medida permanecen; esto produce a medio plazo un cambio real de las pautas medias de consumo de la población:

	<i>Porcentaje de consumidores (1986)</i>				
	<i>15-20</i>	<i>21-25</i>	<i>26-45</i>	<i>46-65</i>	<i>Más 65</i>
No consumidores ... ..	26	24	26	41	54
Habituales ... ..	25	32	38	37	33
Semanales/ esporádicos ... ..	23	24	17	9	4
Ocasionales ... ..	26	20	19	13	9

Tomando los datos de la encuesta de 1986 se puede apreciar perfectamente esta pauta de aumento de bebedores no habituales/diarios. En el grupo de edad entre 15 y 20 años sólo un 25 por 100 es consumidor habitual/diario, frente a un 23 por 100 que lo son semanal o esporádicamente y un 26 por 100 que lo son ocasionalmente (menos de una vez a la semana); como con-

trapatida, en el grupo de 26 a 45 años hay un 38 por 100 de consumidores habituales/diarios, y tan sólo un 17 por 100 de bebedores semanales y un 19 por 100 de bebedores ocasionales.

Es evidente que existe un proceso de socialización gradual en el consumo de bebidas alcohólicas, de modo que en edades tempranas lo más frecuente son los bebedores no habituales, sean ocasionales o semanales; luego, al aumentar la edad, el consumo se estabiliza, de modo que los bebedores ocasionales o pasan a bebedores habituales o dejan de beber.

Ahora bien, este proceso, que es función de la edad y no produce cambios reales a nivel de población total, está mezclado con otro proceso en el que se ha pasado de un modo de beber tradicional/convencional a un modo de beber más parecido al centroeuropeo o noreuropeo.

El modo de beber tradicional/convencional significaba pasar del consumo ocasional o esporádico al consumo habitual en un corto período de tiempo, así como el predominio del vino como bebida consumida y la estabilización del consumo en el hogar/casa y/o familia. Dentro de este modelo de consumo, el bebedor exclusivo de fin de semana o semanal era relativamente infrecuente. El modelo que ha surgido en torno a 1980 es bastante distinto:

- el tipo de bebida que se consume es la cerveza y los combinados;
- el consumo tiene lugar principalmente fuera del hogar;
- aparece un número importante de bebedores de fin de semana exclusivamente.

El bebedor exclusivo o casi exclusivo del fin de semana es algo esencial del nuevo modelo de consumo de bebidas alcohólicas. Resulta difícil dar una cifra exacta del número de bebedores de fin de semana, pues depende del tipo de bebida; así, es de un 13 por 100 para la cerveza y un 27 por 100 para los combinados. Estrictamente hablando, el número de bebedores exclusivos de fin de semana entre jóvenes de 15 a 25 años es de un 17 por 100, según los datos de la encuesta de 1984 (obteniendo este porcentaje como diferencia entre el porcentaje de consumidores en días laborables y el porcentaje de consumidores de fin de semana).

A pesar de esto hay un número importante de jóvenes que beben ocasionalmente en días laborables y consumen sistemáticamente cantidades importantes los fines de semana; además, conviene señalar a este respecto que todos los jóvenes aumentan las cantidades consumidas en el fin de semana, produciéndose normalmente un cambio de tipo de bebida. Se pasa de consumir cerveza a consumir combinados, solos o en combinación con cerveza.

Por último, hay que señalar que el consumidor de fin de semana es el consumidor predominante en la etapa de inicio del consumo; este consumo es al principio irregular y centrado, sobre todo, en los fines de semana. Pero con el paso del tiempo este consumo se generaliza a días laborables, estabili-

zándose con la edad, aunque continúa el aumento del consumo durante los fines de semana.

### 5. *Los motivos subjetivos del consumo de bebidas*

Los motivos aducidos para consumir bebidas alcohólicas giran en torno a cuatro grandes temas (véase cuadro 4):

- gusto por el sabor;
- costumbre;
- quita la sed, y
- acompaña bien las comidas.

Exceptuando la primera razón, se trata de motivaciones externas a la propia bebida alcohólica. En pocos casos se mencionan las propias consecuencias del consumo de alcohol como motivo/razón para dicho consumo. Así, el relajamiento, la desinhibición, o la búsqueda de la «animación» o «alegría» a través del consumo de alcohol, es una razón pocas veces aducida (no llega al 4 por 100).

Ahora bien, en el estudio cualitativo realizado en 1982 sobre el consumo de los jóvenes españoles se aprecia claramente cómo uno de los motivos del consumo es la búsqueda de las propias consecuencias fisiológicas de la ingestión de alcohol: un cierto estado de embriaguez, desinhibición o «alegría».

Que ésta es una consecuencia buscada se deduce de las propias manifestaciones de los jóvenes en reuniones de grupo y entrevistas en profundidad y, también, de los datos procedentes de las encuestas de 1984 y 1986 referentes a las borracheras (véase cuadro 5).

## CUADRO 4

### *Razones para consumir bebidas alcohólicas*

	1980		1986 (%)
	Cerveza (%)	Vino (%)	
Quita la sed ... ..	32	14	25
Costumbre ... ..	42	56	39
Le gusta el sabor ... ..	48	37	34
Va bien con la comida ... ..	21	51	46
Relajarse ... ..	2	1	2
Estimular, alegrarse ... ..	3	4	18
Alternar con amigos ... ..	—	—	56

## CUADRO 5

*Frecuencia de borracheras*

	<i>Nunca</i>		<i>Alguna vez</i>		<i>Varias veces al año</i>		<i>Mensualmente</i>		<i>Semanalmente</i>	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
TOTAL ... ..	53	58	47	42	38	39	7	2	2	1
<i>Sexo</i>										
Hombre ... ..	43	32	57	68	44	60	10	5	3	3
Mujer ... ..	65	81	35	19	30	19	4	—	1	—
<i>Edad</i>										
15-20 ... ..	51	45	49	55	40	46	6	6	3	3
21-25 ... ..	60	41	40	59	30	50	7	7	3	2
26-45 ... ..	—	56	—	44	—	44	—	2	—	1
46-65 ... ..	—	65	—	35	—	34	—	1	—	1
Más de 65 ... ..	—	68	—	32	—	28	—	1	—	—

(1) Encuesta de 1984 a jóvenes españoles.

(2) Encuesta 1986, CIS, población general.

En 1986, un 1 por 100 de los entrevistados afirmaba que se embriagaba normalmente una vez por semana, y un 2 por 100 que lo hacía al menos una vez al mes; en el caso de la encuesta de 1984 realizada a jóvenes, estos porcentajes aumentan al 2 y 7 por 100, respectivamente.

Por otra parte, analizando los datos de 1986 por edades, se pone de manifiesto claramente cómo el número de personas que afirman emborracharse de forma habitual todas las semanas —o todos los meses— es función de la edad, de modo que aquél es mayor cuanto menor es la edad. Así, en el grupo de 15 a 20 años y de 21 a 25 años, un 3 y un 2 por 100 afirman emborracharse habitualmente una vez por semana, mientras que esta cifra baja al 1 por 100 o menos al aumentar la edad.

Utilizando como referencia el espacio de un mes, esta pauta queda aún más clara: en los grupos de menos de 25 años, alrededor de un 7 por 100 reconocen que se emborrachan normalmente al menos una vez al mes, mientras que esta cifra es del 1 por 100 entre las personas de más de 46 años.

Comparando estos datos con los obtenidos en la encuesta a jóvenes de 1984, se ratifica el aumento del número de borracheras. Este indicador indirecto muestra cómo el consumo de bebidas alcohólicas persiguiendo los propios efectos fisiológicos del alcohol ha aumentado en los últimos años.

Ciertamente, este tipo de consumo se centra sobre todo en los grupos de edad de menos de 26 años, lo que indica que la edad tiene un impacto muy fuerte sobre este tipo de consumo y que, por tanto, no se trata de un cambio generacional, o al menos no sólo de un cambio generacional.

Ahora bien, lo que sí parece haber cambiado es la frecuencia con que se presenta este tipo de consumo orientado hacia los efectos del alcohol entre los jóvenes. Este ha aumentado de un modo importante en los últimos años, reflejándose, por tanto, este cambio también a nivel de la población total.

El aumento de los consumidores de fin de semana guarda estrecha relación con el aumento de este tipo de consumo, puesto que las «borracheras» tienen lugar normalmente durante las fiestas o los fines de semana. Además, la contraposición tiempo ocupado/tiempo libre acentúa la utilización del alcohol en fines de semana (tiempo libre), como modo de romper con los días «normales» (tiempo ocupado).

## 6. *La mujer y el consumo de bebidas alcohólicas*

En España, el consumo de bebidas alcohólicas, tal y como dice la propaganda, es «cosa de hombres», no en exclusiva, pero casi. En la memoria/informe de 1973 se señalaba que dos tercios de los varones tomaban habitualmente bebidas alcohólicas, mientras que sólo un tercio de las mujeres lo hacían. Todos los indicadores de entonces —tasas de muertes por cirrosis hepática, encuestas epidemiológicas, ingresos por alcoholismo en hospitales, etc.—



mostraban esta gran diferencia entre ambos sexos, diferencia que no ha desaparecido, pero sí se ha matizado. Un aspecto clave de los nuevos modos de consumir alcohol es la mayor presencia de la mujer.

Si utilizamos los datos de las encuestas de 1980 y 1986 (véase cuadro 1) sobre consumidores habituales de distintos tipos de bebidas, se obtiene un resultado coherente con la afirmación que acabo de realizar:

*Diferencias porcentuales en el número de consumidores  
(% 1986 — % 1980)*

	<i>Cerveza</i>		<i>Vino</i>		<i>Bebidas destiladas</i>		<i>No consumidores</i>	
	* L.	F.	L.	F.	L.	F.	L.	F.
Hombres ... ..	+3	+1	-10	-18	-9	+4	-1	0
Mujeres ... ..	+4	+7	-7	-15	+1	+10	0	-4

\* L.=Laborables; F.=Festivos.

En lo que respecta a la *cerveza*, entre 1980 y 1986 ha habido un aumento del número de consumidores, tanto entre los hombres como entre las mujeres y tanto en días laborables como en días festivos, pero el aumento ha sido mayor entre las mujeres, de modo que las diferencias entre ambos sexos en lo que respecta al número de consumidores se han acortado fuertemente. Por ejemplo, en 1980, para días festivos había más de 2 bebedores de cerveza varones por cada bebedora de cerveza; en 1986, no llega a 1,5 bebedores por cada bebedora.

De la misma manera, el número de bebedores de *vino* ha disminuido para ambos sexos, pero ha disminuido más entre los hombres; por último, en el caso de *bebidas destiladas* y días festivos, el número de consumidores ha aumentado en hombres y mujeres, pero entre estas últimas el aumento ha sido doble.

Todo esto se refleja en que mientras que para los hombres el número de no consumidores se estabiliza en este período 1980-86, para las mujeres disminuye cuatro puntos porcentuales en los días festivos.

Ciertamente, a nivel de la población total, estas diferencias parecen pequeñas, pero no lo son si se considera que el cambio se ha producido esencialmente en la gente joven, de modo que las grandes diferencias existentes entre hombres y mujeres siguen existiendo entre los grupos de edad de más de 45 años, pero, en cambio, han disminuido enormemente entre las personas de menos de 45 años y, sobre todo, entre la gente de 15 a 25 años.

El modelo de consumo de los jóvenes incluye un acercamiento de las pau-

tas de bebida entre hombres y mujeres. Según muestran los datos, existe una pequeña diferencia en el número de consumidores a favor de los hombres, pero esta diferencia gira en torno a 10 puntos porcentuales para todos los días de la semana, aumentando a cerca de 20 puntos en los fines de semana.

Estas diferencias en el número de consumidores están muy lejos de las que existen entre los adultos y muestran prácticamente una igualdad entre ambos sexos a este respecto.

Las pautas son ligeramente diferentes según el tipo de bebida, de modo que no hay diferencias en el consumo de vino y hay diferencias en el consumo de cerveza y combinados, sobre todo en los fines de semana.

Esto no significa que los hombres beban igual que las mujeres (véase cuadro 6). De hecho, aquéllos beben muchísimo más. Por término medio, en los días laborables hay un 74 por 100 de hombres que consumen menos de 18 c.c. de alcohol puro, mientras que este porcentaje baja al 86 por 100 entre las mujeres. Para ambos sexos, el porcentaje disminuye al llegar al fin de semana, pero esta disminución es más drástica en el caso de los hombres.

Así, la media de hombres que consumen menos de 18 c.c. de alcohol en sábados y domingos es del 51 por 100, mientras que es del 74 por 100 entre las mujeres.

Por tanto, el acercamiento entre el consumo de hombres y mujeres que se ha producido entre los jóvenes no ha producido una igualación de pautas. Las mujeres siguen consumiendo menos alcohol y, por consiguiente, tal y como se vio, se emborrachan menos que los hombres.

Sin embargo, es muy significativo el acercamiento producido tanto en el número de consumidores como en el tipo de bebidas y contenido alcohólico consumidos.

Los datos sobre borracheras analizados antes muestran, asimismo, este acortamiento entre hombres y mujeres jóvenes. Así, según la encuesta de 1986, frente a un 68 por 100 de hombres que confiesan emborracharse de vez en cuando, sólo un 19 por 100 de las mujeres lo hacen. Pero los datos de 1984 referidos sólo a los jóvenes entre 15 y 25 años muestran muchas menos diferencias entre hombres y mujeres: un 57 por 100 de los varones se embriagan con cierta regularidad, frente a un 35 por 100 entre las mujeres.

## 7. *Edad y generación como factores de cambio*

Los datos muestran claramente que se han producido cambios, de los que los más significativos han sido tratados en las páginas precedentes. Ahora bien, no resulta evidente si se trata de cambios generacionales o se trata de diferentes pautas de consumo producidas por la edad.

Existen diferencias en el consumo de jóvenes y adultos, pero ¿significa esto que cuando los grupos de edad que hoy tienen menos de 25 años tengan

## CUADRO 6

*Porcentaje de consumidores y cantidades consumidas en contenido puro de alcohol (c.c.) \**

	<i>Lunes</i>		<i>Martes</i>		<i>Miércoles</i>		<i>Jueves</i>		<i>Viernes</i>		<i>Sábado</i>		<i>Domingo</i>	
	<i>-18</i>	<i>+18</i>	<i>-18</i>	<i>+18</i>	<i>-18</i>	<i>+18</i>	<i>-18</i>	<i>+18</i>	<i>-18</i>	<i>+18</i>	<i>-18</i>	<i>+18</i>	<i>-18</i>	<i>+18</i>
TOTAL ... ..	80	20	80	20	80	20	80	20	77	23	63	37	64	36
<i>Sexo</i>														
Hombres ... ..	73	27	74	26	74	26	74	26	67	33	50	50	52	48
Mujeres ... ..	88	12	87	13	87	13	85	15	86	14	74	26	74	26
<i>Edad</i>														
15-17 ... ..	87	13	87	13	88	12	87	13	83	17	70	30	69	31
18-21 ... ..	79	21	80	20	79	21	78	22	77	23	59	41	62	38
22-25 ... ..	74	26	71	29	70	30	71	29	66	34	55	45	57	43

\* Encuesta de 1984 a jóvenes españoles.

más de 45 mantendrán sus pautas actuales, con lo que se producirá una ruptura total de tipo generacional?; o, por el contrario, ¿significa esto que cuando estos grupos de edad lleguen a 45 años sus pautas de consumo serán distintas de las que ahora muestran e iguales a las de los grupos de 45 años de hoy?

En el primer caso nos encontraríamos con que las diferencias entre grupos de edad se deberían exclusivamente a características generacionales propias de estos grupos, que se mantendrían a lo largo del tiempo, mientras que en el segundo caso todas las diferencias serían achacables a la edad y desaparecerían con el paso del tiempo.

Pues bien, el análisis de todos los datos disponibles pone de relieve que ambos factores están actuando y que lo que realmente se ha producido es la aparición de un modelo de consumo de bebidas alcohólicas juvenil contrapuesto al mantenido por los adultos, modelo que antes no existía. Pero aunque los propios adultos han cambiado ligeramente sus pautas de consumo, aproximándose a las pautas de los jóvenes, sin embargo, no parece que el modelo de los jóvenes se mantenga al pasar el tiempo, o, mejor dicho, con el paso de la edad.

## BIBLIOGRAFIA

- ALVIRA MARTÍN, Francisco: *Pautas de consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes españoles*, Informe presentado al Ministerio de Sanidad y Consumo, 1982.
- *Consumo de alcohol y otras drogas de los adolescentes y jóvenes españoles*, Informe realizado para el Ministerio de Sanidad y Consumo, 1984.
- «Los condicionantes del consumo de bebidas alcohólicas», *Estudios sobre el Consumo*, vol. 6, 1986.
- CIS: Encuesta núm. 1487, *Actitudes y comportamiento de los españoles frente al tabaco, el alcohol y las drogas*, 1986.
- COMAS, Domingo: *El uso de las drogas en la juventud*, Ministerio de Cultura, 1985.
- GLENN, Norval D.: *Cohort Analysis*, Sage, 1977.
- MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO: *Estudio de los hábitos de consumo de alcohol de la población adulta española*, 1984.