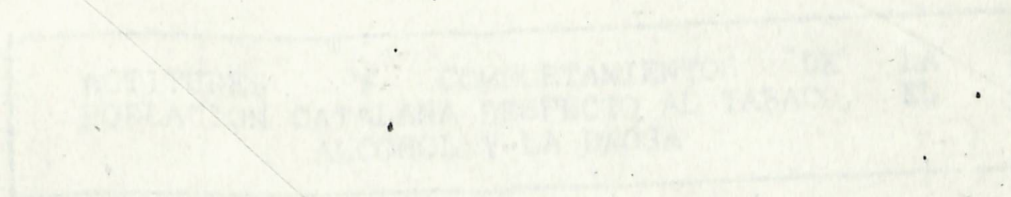




Generalitat de Catalunya
Departament de Sanitat i
Seguretat Social



ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS DE LA
POBLACION CATALANA RESPECTO AL TABACO, EL
ALCOHOL Y LA DROGA

- Informe de los resultados en una muestra
general de la población (1.500)

Abril, 1.986



I N D I C E

Página

1.- <u>INTRODUCCION</u>	1.
2.- <u>METODOLOGIA</u>	4.
3.- <u>ANALISIS DE RESULTADOS</u>	9.
3.1.- <u>SECCION TABACO</u>	10.
3.1.1.- PANORAMA DE CONSUMIDORES Y SU EVOLUCION	10.
3.1.2.- PRECISIONES SOBRE EL CONSUMO ACTUAL	18.
3.1.3.- MODOS DE CONSUMO	23.
3.1.4.- INTENTOS DE ABANDONO DEL HABITO	25.
3.1.5.- LAS ACTITUDES ANTE EL TABACO	32.
3.2.- <u>SECCION ALCOHOL</u>	37.
3.2.1.- PRIMERAS INFORMACIONES	37.
3.2.2.- CUANTIFICACION DEL CONSUMO ALCOHOLICO	38.
3.2.3.- LOS SETTINGS DEL CONSUMO ALCOHOLICO	50.
3.2.4.- INDICES SOBRE MOTIVACION AL CONSUMO Y OPINIONES	57.
3.3.- <u>SECCION DROGAS</u>	61.
3.3.1.- CONSUMO	61.
3.3.2.- ATRIBUCION DEL CARACTER DE DROGA	64.

Página

1.- INTRODUCCION

3.3.3.- ANALISIS ESPECIFICOS DE ALGUNAS DROGAS	66.
3.3.4.- CUESTIONES ACTITUDINALES SOBRE LAS DROGAS Y SU CONSUMO	73.
3.4.- <u>INDICES SINTOMATOLOGICOS</u>	77.
3.4.1.- DATOS GENERALES	77.
3.4.2.- SINTOMATOLOGIA TABAQUICA	83.
3.4.3.- SINTOMATOLOGIA ALCOHOLICA	86.
3.4.4.- CASO ESPECIAL DE MUJERES EMBARAZADAS	88.
3.5.- <u>LAS CAMPAÑAS DE PREVENCION</u>	91.
3.5.1.- CAMPAÑAS ANTITABAQUICAS	91.
3.5.2.- CAMPAÑAS ANTIALCOHOLICAS	94.
3.5.3.- CAMPAÑAS CONTRA EL CONSUMO DE DROGA	97.

1.- INTRODUCCION

La DIRECCIO GENERAL D'ORDENACIO I PLANIFICACIO DE LA CONSELLERIA DE SANITAT I SEURETAT SOCIAL DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA se dirigió a METRA/SEIS-MARKETING solicitando la realización de un estudio por encuesta de las ACTITUDES I COMPORTAMENTS DE LA POBLACIO CATALANA EN VERS AL TABAC, AL ALCOHOL I LA DROGA.

Los objetivos genéricos del presente estudio han sido:

- Obtener un panorama de la situación actual de estas actitudes y comportamientos, respecto de dicha situación en Julio 1982. Se trata, pues, de un estudio de seguimiento sobre la evolución de estas pautas y actitudes, teniendo en cuenta tanto las modas/presiones/evolución social, como las amplias y diversas acciones que la DIRECCIO GENERAL ha llevado a cabo desde sus departamentos especializados para modificar favorablemente estos hábitos.
- Obtener, al igual que en olas anteriores, las relaciones entre estas variables de consumo y actitudes entre sí, y por respecto a los indicadores socioeconómicos y epidemiológicos.

El instrumento metodológico ha sido la encuesta, que en sus diversas secciones ha atendido a:

- Obtener datos paralelos y comparables entre las dos olas (82 vs. 86).
- Modificar indicadores anteriores adaptándolos a las experiencias internacionales. Particular importancia tiene al respecto:

- a) La adaptación del cuestionario sobre tabaquismo para cumplir con los criterios y procedimientos de la OMS, según los esquemas, categorías, e instrumentos establecidos en el SECOND MEETING OF THE SOUTHERN EUROPEAN COMMITTEE ON HEALTH PROMOTION AND SMOKING CONTROL (Padua, 8-9 Oct. 84).
- b) La adaptación del cuestionario y categorías de productos drogodependientes, según los sistemas de la OMS, en particular los establecidos en OMS PUBLICATION OFFSET Nº 50 Ginebra, 1980.

El estudio se ha realizado en diversos colectivos muestrales. Son:

- Población general
- Colectivos de riesgo o modeling social: jóvenes, maestros, escolares, médicos.

El informe presente presenta los resultados obtenidos para la población general. Le seguirán informes específicos con los resultados de las poblaciones de alto riesgo.

El informe presente pretende ofrecer "literariamente" una primera aproximación a los resultados obtenidos y su elaboración por nuestra parte. Hay que considerar que el trabajo y colaboración solicitado por la DIRECCION GENERAL de METRA/SEIS-MARKETING ha consistido fundamentalmente en:

- la organización de los materiales y trabajos de campo,
- los sistemas iniciales de explotación y preparación de los resultados,

siendo los especialistas de sus departamentos (de tabaco, y de drogodependencias) los que han elaborado y demandado los cuestionarios, y los que se dispondrán a analizar en detalle los resultados obtenidos.

Por todo lo anterior, el presente informe ha de ser considerado como un instrumento de resumen y elaboración inicial por nuestra parte, al que hay que adjuntar:

- TABLAS DE RESULTADOS
- ANEXOS TECNICOS, que permiten la ulterior elaboración de los resultados.

Nuestro esquema de presentación aquí va a comprender las siguientes secciones:

- METODOLOGIA
- ANALISIS DE RESULTADOS:
 - . Sección Tabaco
 - . Sección Alcohol
 - . Sección Drogas
 - . Sección Epidemiológica y Socioeconómica
- SINTESIS FINAL

2.- METODOLOGIA

Se ha realizado una encuesta a 1.500 personas, representativas proporcionalmente a la población catalana comprendida entre los quince y 65 años de edad, en sus diversas provincias y niveles de habitat (hasta 2.000 hab.). Los detalles técnicos han sido:

CUESTIONARIO:

El protocolo de cuestionario trataba de cubrir todas las áreas de información previstas en los objetivos, y ser paralelo en su mayor parte (con fines comparativos) al utilizado en el año 1982.

Los indicadores utilizados se han elaborado sobre documentos e investigaciones precedentes, proporcionados por los especialistas de la DIRECCIO GENERAL. Hemos de observar:

Sección TABACO:

El protocolo utilizado fue elaborado totalmente por los especialistas de la CONSELLERIA DE SANITAT, en función de los acuerdos y recomendaciones tomados en Padua, 1984.

Sobre dicho protocolo exclusivamente ciertas informaciones e indicadores epidemiológicos han sido cambiados de sitio, para que tuvieran lugar cómodo en la dinámica de una entrevista por encuesta, que contaba con otras secciones.

Gran parte de estos indicadores se corresponden con los utilizados en 1982, y permiten análisis comparativos.

Sección ALCOHOL:

Se han seguido recomendaciones de los técnicos METRA/SEIS-MARKETING para el establecimiento de tasas de consumo alcohólico. E índices de indicadores, algo más simplificados que en 1982, procedentes de las elaboraciones del Dr. FREIXA sobre cuestionarios de JELLINEK. Se han introducido por necesidades informativas del Departamento de DROGODEPENDENCIAS algunas cuestiones específicas de interés en el presente momento.

Esta sección es muy paralela a la utilizada en 1982. Las cuestiones epidemiológicas se han reagrupado con las del tabaquismo por la situación dinámica de realización de la entrevista.

Sección DROGAS:

Se ha mantenido las observaciones de la OMS, y se ha simplificado el cuestionario respecto de 1982. Tiene particular importancia el uso de un catálogo de sustancias psicotrópicas distinto en su orden y formulación al utilizado en 1982. Las ventajas obvias de esta adaptación era el acomodo a los standards internacionales.

El protocolo del cuestionario, editado de forma bilingüe, aparece en un anexo de este informe.

MUESTRAS:

El diseño muestral de las 1.500 entrevistas realizadas se ha confeccionado por el sistema polietático, siendo proporcional estratificado para determinar la selección de las unidades regionales, habitats y núcleos de población. Los individuos a entrevistar se han elegido por el sistema de ~~retas~~ aleatorias, y por tanto el sistema total es estratificado aleatorio. Dicho sistema es absolutamente paralelo al seguido en 1982.

Unicamente hay que anotar, que se ha ampliado el intervalo de edad, que en esta ocasión se estimó debía ser de 15 a 65 años, y en 1982 fué de 16 a 65 años.

Los detalles de los núcleos visitados, se encuentran en el DOSSIER TECNICO del presente estudio, cuya consulta es obligada para las precisiones al respecto.

Presentamos aquí la comparación de las dos muestras utilizadas en ambas olas, para comprobar su paralelismo o sesgos, según indicadores de tipo sociodemográfico:

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	OLA 1982	OLA 1986
<u>Sexo:</u>	Hombre	46,7	49,8
	Mujer	53,3	50,2
<u>Edad:</u>	15/16 - 24 años ..	17,2	18,7
	25 - 34 años	21,5	19,1
	35 - 44 años	18,1	20,1
	45 - 54 años	18,4	18,5
	55 - 65 años	24,7	23,5
<u>Clase social:</u>	Acomodada/media-alta	7,5	10,0
	Media-media	29,7	22,1
	Media-baja	55,1	47,5
	Modesta	7,7	20,4
<u>Habitat:</u>	2 - 10 mil hab. ..	20,0	20,0
	10 - 100 mil hab.	27,5	27,5
	100 - 400 mil hab.	18,8	18,9
	Barcelona capital	33,7	33,6
<u>Provincias:</u>	Barcelona	77,7	77,8
	Gerona	7,7	8,5
	Lérida	6,1	6,1
	Tarragona	8,5	7,7

El error muestral es de $\pm 2,58\%$ para un nivel de confianza del 95%.

Teniendo en cuenta lo anterior, ambas muestras resultan paralelas:

- a) en HABITAT y PROVINCIA, por virtud de la selección estratificada proporcional.
- b) en SEXO y EDAD, por virtud del método de random routes y su funcionamiento aleatorio.

Algunas mínimas variaciones, no significativas y dentro del nivel de confianza del error muestral, pueden asimismo deberse a la ampliación en un año de la muestra del '86.

La categoría de CLASE SOCIAL conoce una mayor variabilidad debida a que en 1986 se ha utilizado en los cálculos un nuevo sistema por parte de METRA/SEIS-MARKETING. Dicho sistema es la adaptación a ESPAÑA por nuestros especialistas de los estudios y recomendaciones del comité específico de ESOMAR que perfecciona y estandariza estos sistemas, para el conjunto de Europa.

Los trabajos de campo de esta muestra se han realizado desde el 15 Enero '86 al 25 Febrero '86.

TRATAMIENTO DE LOS DATOS:

Las encuestas han sido codificadas por METRA/SEIS-MARKETING siguiendo la experiencia de códigos anteriores (para salvaguardar los paralelismos), o según indicaciones de los técnicos de la DIRECCIO GENERAL.

La tabulación de los resultados se ha realizado en ODEC (Gandía) según instrucciones y planes de nuestros técnicos que:

- por un lado repiten sistemas ya ensayados en 1982
- por otro, han simplificado en parte, y ordenado mejor lo que serían las tablas de resultados finales.

Se han procedido a obtener tablas de:

- frecuencia
- índices
- cálculos específicos

de diversas variables.

Para el manejo técnico de las tablas de resultados, es necesario consultar las operaciones realizadas, que presentamos en el DOSSIER TECNICO final del estudio.

Las tablas de resultados se han editado así mismo, y se remiten a nuestro cliente. Las que pertenecen a la población general (de la que se ocupa este estudio) están comprendidas en los volúmenes I, II, III, y conocen segmentaciones según:

- edad
- clase social
- sexo
- habitat
- provincia
- tres niveles de consumo de tabaco
- tres niveles de consumo de alcohol
- tres categorías de consumo de drogas

3.1.1.1. METRO TABACO

3.1.1.1.1. PANORAMA DE CONSUMIDORES Y NO CONSUMIDORES

La primera encuesta importante de esta encuesta, que se realizó en el año 1977, tuvo como objetivo principal determinar el nivel de conocimiento y uso del producto METRO TABACO en la población con respecto al TABACO importado.

Por ello, se incluyó a entender con los datos de la encuesta por el año 1977.

3.- ANALISIS DE RESULTADOS

USO	Porcentaje
Usa	53,7
No usa	46,3
TOTAL	100,0

USO	Porcentaje
Usa	54,2
No usa	45,8
TOTAL	100,0

3.1.- SECCION TABACO

3.1.1.- PANORAMA DE CONSUMIDORES Y SU EVOLUCION

La primera diferencia importante de esta sección, con la realizada en el año '82 consiste en que ahora se ha utilizado el sistema clasificatorio de la población con respecto al TABACO adoptado en PADUA '84.

Por ello, se iniciaba la encuesta con los siguientes indicadores parciales:

¿FUMA O HA FUMADO VD. ALGUNA VEZ?

	TOTAL	%
- Sí	805	53,7
- No	695	46,3
TOTAL:	1.500	100,0

¿HA FUMADO VD. DURANTE ALGUNA EPOCA DE SU VIDA POR ESPACIO DE SEIS MESES SEGUIDOS O MAS?

	TOTAL	%
- Sí	678	84,2
- No	127	15,8
BASE FUMADORES Y EXFUMADORES:	805	100,0

ACTUALMENTE, ¿FUMA VD. ...

	TOTAL	%
... DIARIAMENTE	507	63,0
... OCASIONALMENTE	98	12,2
... NO FUMA	200	24,8
BASE FUMADORES Y EXFUMADORES:	805	100,0

La combinación de estos indicadores, siguiendo el sistema de PADUA '84 da lugar a la siguiente clasificación de la población por lo que respecta a los consumos de TABACO.

PR. 1 ¿FUMA O HA FUMADO ...?	PR. 2 ¿HA FUMADO EN ULTIMOS 6 MESES	PR. 3 FRECUENCIA FUMA ACTUALMENTE	CATEGORIA FINALES	TOTAL	%
Sí	Sí	Diario	Fumador diario	507	33,8
		Ocasional	Fumador ocasional	99	6,6
		No fuma			
	No	Diario	Exfumador	142	9,5
		Ocasional			
		No fuma	Otros no fumador	57	3,8
No			No fumador nunca	695	46,3

Para poder comparar estos resultados con la situación en 1982, hemos procedido a una cierta reducción de las categorías anteriores. Nos ha resultado el cuadro siguiente:

CATEGORIAS '82	PORCENTAJES '82	PORCENTAJES '86	CATEGORIAS '86
Fumador actual	37,6	40,4 { 33,8 6,6	Fumador diario Fumador ocasional
Exfumador	11,3	13,3 { 9,5 3,8	Exfumador Otros no fumadores
No fumador	50,2	46,3	No fumador nunca

Una visión panorámica de estos primeros resultados indica:

- aumento de 2,8 puntos en porcentaje de aumento de consumo, que teniendo en cuenta el error muestral y un cierto sesgo del tipo de cuestiones (que favorecen ligeramente a una mayor sensibilidad del instrumento a favor del recuento de consumidores), viene a significar una situación estacional de los consumos. Sólo el hecho de interrumpir la tendencia hacia el crecimiento de este hábito debe estimarse como un éxito.

Profundizando posteriormente en las tablas de resultados, hemos de observar todavía mayores peculiaridades de esta tendencia.

Comparando la evolución de los hábitos, según segmentos de consumidores, apreciamos:

		'82 FUMADOR ACTUAL	'86 FUMADOR DIA RIO Y OCA- SIONAL
Según sexo:	Hombre	58	57,5
	Mujer	19,8	23,3
Según edad:	15 - 24 años	53,5	52,3
	25 - 34 años	50,2	53,6
	35 - 44 años	31,3	39,5
	45 - 54 años	29,7	35,6
	55 - 65 años	26,1	24,6
Clase social:	AB	49,1	50,0
	C ₁	43,6	45,1
	C ₂	35,0	40,0
	D	21,7	31,0
Habitat:	2 a 100 mil hab.	37,0	40,4
	100 a 400 mil hab.	35,5	35,3
	Barcelona	39,6	49,6
Provincia:	Barcelona	37,9	43,0
	Tarragona	34,4	32,2
	Lérida	37,0	28,5
	Gerona	38,3	32,1
TOTAL:		37,6	40,4

Se puede apreciar que los aumentos en la tasa de consumo se deben fundamentalmente a:

- incremento consumo femenino
- en grandes habitats, o más en concreto en Barcelona capital.

También se aprecia, si hacemos un juego de extrapolación con las edades del tipo siguiente consistente en suponer a los mismos individuos, en diversos niveles de edad según los años transcurridos que:

AÑOS '82	AÑOS '86	'82	'86
10 - 14	15 - 24	-(53,5)	52,3
15 - 24	24 - 35	53,5	53,6
24 - 35	35 - 44	50,2	39,5
35 - 44	45 - 54	31,3	35,6
45 - 54	55 - 65	29,7	24,6

- Los más jóvenes han empezado a fumar prácticamente en el mismo porcentaje que sus antecesores del '82.
- Que entre las personas que actualmente tienen 24-35 años, no se han incrementado los consumos, pero tampoco se han retirado del tabaco.
- Y sin embargo, a partir de dicha edad, se ha evolucionado abandonando el hábito.

No existen por otro lado diferencias o cambios en tres provincias mientras Barcelona, y principalmente la capital conoce una ampliación del hábito de fumar de 10 puntos.

Se mantiene la tónica de que el hábito correlaciona positivamente en ambas olas con la clase social más elevada.

Distinguiendo por segmentos del '86, es decir, los casos por separado de fumadores diarios y fumadores ocasionales que anteriormente hemos presentado de forma conjunta, tenemos que:

- El consumo diario es significativamente mayor estadísticamente entre:
 - . los 25/35 años
 - . clases medias-altas y medias-medias
 - . y consumidores de alcohol y droga

- El consumo ocasional de tabaco viene ligado a:
 - . población femenina
 - . clase media-alta
 - . segmento de menor edad
 - . y las personas poco consumidoras de alcohol

Por lo que respecta al abandono del hábito, esta pauta tiene mayor incidencia en los sectores:

- edades avanzadas (55-65 años) e intermedios (25-34 años),
- clases socioeconómicas extremas: alta y modesta.

En cierta medida, los casos de abandono tienen mayor incidencia en Genona y Tarragona.

Para dimensionar los cambios en este hábito de fumar, desde la perspectiva de los individuos, hemos obtenido dos indicadores específicos de esta ola '86. Son:

EN COMPARACION DEL AÑO PASADO
AHORA FUMA

	TOTAL	%
... mucho más ...	19	2,9
... algo más	160	19,9
... algo menos ..	200	24,8
... mucho menos .	53	6,6
... ahora no fuma	190	23,6
... igual	176	21,9
N/S-N/C	7	0,9
BASE FUMADORES EX FUMADORES '86:	805	

EN HABITO HACE 5 AÑOS ERA

	TOTAL	%
. Diario, con seguridad	446	55,4
. Diario, con probabilidad	33	4,1
. No diario, con probabilidad	40	5,0
. No diario, seguro	286	35,5
BASE FUMADORES Y EX FUMADORES '80:	805	

Los resultados indican que la población de fumadores y exfumadores del año 86 presenta una percepción de fumar menos e incluso de no fumar, es decir, según ellos el hábito va decreciendo.

Con respecto a la edad de las personas, se observa una progresión: a mayor edad, mayor percepción del abandono del hábito. Consecuentemente, los jóvenes son los que perciben que ahora fuman más que el año pasado, y este aumento decrece con la edad.

El nivel socioeconómico arroja resultados concluyentes de una percepción de menor consumo para la clase media-media y una percepción de descenso más radical en la clase modesta.

Las mujeres perciben que su consumo, en líneas generales, es menor, o ha desaparecido. Esta percepción es menos decisiva en los hombres, aunque su consumo también tiende a bajar.

En su mayoría, los no consumidores de alcohol/drogas han bajado su consumo, mientras que los altos consumidores de alcohol fuman igual o algo más que el año pasado.

Entrando en las edades de comienzo del hábito y en el mantenimiento de éste se han obtenido los resultados de las muestras de "fumadores" - "exfumadores" expresados en medias, tanto en el año 82 como en el 86.

COMIENZO Y MANTENIMIENTO DEL HABITO	C A T E G O R I A S					
	FUMADORES ACTUALES				EXFUMADORES	
	OLA 82	OLA 86			OLA 82	OLA 86
		DIARIO	OCASIONAL	TOTAL		
- Edad de comienzo	17,2	17,9	20,2	18,2	16,23	18,1
- Duración en años	13,08	18,9	13,3	18,05	13,17	17,1

Los fumadores del 86 empezaron a fumar más tarde que los del 82, aunque también su hábito presenta mayor duración en años. Igualess resultados se aprecian en la población de exfumadores.

En general, a medida que avanza la edad es más tardío el comienzo del hábito, pero las poblaciones más jóvenes presentan alguna peculiaridad. En este sentido, es interesante comparar sus datos con los obtenidos, de las mismas muestras en edad, en la investigación del 82.

	INTERVALOS DE EDAD			
	DE 15 A 24		DE 25 A 34	
	OLA 82 (De 16 A 24)	OLA 86 (De 15 A 24)	OLA 82	OLA 86
Edad de comienzo del hábito	15,5	16,5	17,2	17,6

Lo que más interesa de estos resultados es que los más jóvenes fumadores del año 86 empezaron a fumar más tarde que los de su misma edad en el año 82. La inclusión de un año más en el intervalo de edad del año 86 no afecta a estos resultados, puesto que al ser los más jóvenes, desplazan la media hacia abajo, y aún así, esta media es superior a la del año 82.

Con respecto al sexo, la mujer empieza a fumar más tarde que el hombre, pero esta diferencia no es significativa. Sí es significativo el desequilibrio por sexos en cuanto a duración del hábito; el hombre mantiene un hábito que dura, como media, 21,5 años, y la mujer lleva o llevó tan sólo 8,9 años fumando.

En cuanto al nivel socioeconómico, se comprueba que hay diferencias en la edad de comienzo del hábito: la edad es menor a medida que baja el nivel socioeconómico. De cualquier modo, estas diferencias no son muy grandes.

Dentro de la duración del hábito, el nivel socioeconómico marca algunas diferencias. Las personas de clase modesta llevan más años fumando que las de clase media-baja; y a su vez, éstas llevan más años que las de clase media-media o media-alta.

Los altos consumidores de alcohol y los consumidores de analgésicos fuman o han fumado durante más tiempo que las restantes categorías. (No consumidores de alcohol y droga, poco consumidores de alcohol, consumidores de droga).

3.1.2.- PRECISIONES SOBRE EL CONSUMO ACTUAL

Haciendo referencia a la frecuencia y tipos de consumo, se han tenido en cuenta en el presente estudio ciertas modalidades del hábito. Se expresan a continuación los indicadores utilizados, y los resultados obtenidos comparando la ola '82 y la ola '86.

TIPO DE TABACO CONSUMIDO	C A T E G O R I A S					
	FUMADOR ACTUAL				EXFUMADOR	
	OLA 82	OLA 86			OLA 82	OLA 86
		DIARIO	OCASIONAL	TOTAL		
Cigarrillos: -						
- Con filtro	89,1	93,5	85,9	92,2	76,33	85,9
- Sin filtro	5,67	3,0	1,0	2,74	21,3	8,0
- Liados	-	1,0	1,0	0,99	-	6,0
Pipas:	4,25	2,0	0,0	1,65	5,91	4,0
Puros:	18,26	8,1	16,2	7,75	22,4	7,5
BASE:	564	507	99	606	169	199

Tanto el fumador como el exfumador son o eran consumidores de cigarrillos, en el año 82 y en el año 86.

La diferencia entre dichos años se sitúa en la modalidad de cigarrillo consumido; antes se consumían más cigarrillos sin filtro que ahora, aún cuando la modalidad dominante sigue siendo el cigarrillo con filtro en los dos años. Estos resultados se aprecian en los fumadores y en los exfumadores.

Por otra parte, en el año 86 los fumadores y los exfumadores informan de un menor consumo de pipas y puros que los del año 82.

Además de estos datos comparativos, se pueden especificar algunas cuestiones relativas solamente a la ola '86.

El tipo de cigarros liados normalmente tiene alguna relevancia en la población de mayor edad y en las comunidades más pequeñas.

El consumo de puros incide especialmente en los siguientes sectores:

- hábito ocasional
- mayor edad
- clases media-baja, modesta, y en menor medida, alta-media,
- sexo masculino
- poblaciones pequeñas
- altos consumidores de alcohol

Los consumidores de droga son los menores consumidores de puros en su categoría.

La clase media-alta adopta una modalidad de hábito más diversificada que las demás: fuman más en pipa que el resto, pero también fuman cigarrillos sin filtro y puros en un porcentaje comparado alto.

Centrándonos ahora en el riesgo o peligrosidad de los cigarrillos consumidos, se han establecido tres niveles de riesgo, según una estimación de los miligramos de alquitrán de las distintas marcas, ya utilizada en la investigación del 82. Esta clasificación supone:

Riesgo 1 : % alquitrán 17,6 mg. (BAJO)

Riesgo 2 : % alquitrán entre 17,7-25,5 mg. (MEDIO)

Riesgo 3 : % alquitrán +25,8 mg. (ALTO)

CONSUME MARCAS DE:	C A T E G O R I A S					
	FUMADORES ACTUALES				EXFUMADORES	
	OLA 82	OLA 86			OLA 82	OLA 86
		DIARIO	OCASIONAL	TOTAL		
Riesgo 1	61,7	70,1	60,5	68,6	46,7	48,4
Riesgo 2	36,3	27,2	27,9	27,3	46,1	37,9
Riesgo 3	-	2,5	2,3	2,4	2,4	1,1
N/S - N/C	3,7	0,2	9,3	1,5	7,3	12,6
BASE:	564	485	86	571	165	182

Se aprecia un aumento en el año 86 del consumo de tabaco menos peligroso (riesgo 1) y un decremento del consumo de tabaco con riesgo intermedio (riesgo 2). Aparece en este año el consumo de tabaco más peligroso (riesgo 3) probablemente por los lanzamientos al mercado de la marca LUCKY STRIKE.

En otro orden de cosas es clara la diferencia en la selección de marcas entre los actuales fumadores y los exfumadores. Estos fumaban más tabaco de riesgo intermedio y menos de bajo riesgo que aquéllos.

En general, la mayoría de la población consume cigarrillos de riesgo bajo, presentándose diferencias por edad: los más jóvenes consumen más tabaco de bajo riesgo que los demás. (Aquí coinciden los resultados con los del 82).

Con respecto a la clase social destaca ligeramente la clase modesta sobre las demás en el consumo de tabaco de bajo riesgo.

Las comunidades más pequeñas son las que consumen en mayor medida tabaco de bajo riesgo, y en menor medida tabaco de riesgo intermedio.

Por último, en la variable sexo los resultados han variado respecto de 1982; antes las mujeres fumaban cigarrillos de menor riesgo, pero ahora no hay diferencias entre hombres y mujeres: todos consumen en un porcentaje importante tabaco de bajo riesgo. De otra parte, sí hay diferencias en cuanto a tabaco de riesgo intermedio, más consumido por hombres. Parece que esta diferencia es debida a que hay menos mujeres que contestan, como ya veíamos antes.

En lo que respecta a cantidades consumidas de tabaco al día, se han obtenido los siguientes resultados comparativos de la situación en los dos años de estudio:

CANTIDAD CONSUMIDA DE TABACO AL DIA	FUMADORES ACTUALES				EXFUMADORES	
	'82	OLA '86			'82	'86
		DIARIO	OCASIONAL	TOTAL		
Cigarrillos:						
- Total	13,9	16,8	2,8	14,7	15,22	13,8
- Con filtro	-	16,6	2,7	14,6	-	12,9
- Sin filtro	-	19,8	0	19,8	-	13,8
- Liados	-	13,3	0	13,3	-	16,6
Puros:	1,33	2,4	0,7	1,91	1,07	3,5
Pipas:	2,35	5,1	0	5,1	2,75	5,3

Los fumadores actuales han mantenido el nº de cigarrillos que consumen diariamente con respecto al 82. Los exfumadores del 86, cuando fumaban, lo hacían en mayor cuantía que los del 82, aunque no es una diferencia grande.

El consumo de puros se mantiene en los fumadores actuales con respecto a los del 82. No es así en los exfumadores; los del 86 presentan una duplicación del nº de puros fumados frente a los exfumadores del año 82.

El consumo de pipas ha subido en las dos categorías de población en el '86.

Ya en concreto, y dentro de la investigación de 1986, pasamos a reflejar los resultados de interés.

En cuanto a la dispersión de los datos, es preciso señalar:

- Los datos correspondientes a sexo masculino arrojan mayor dispersión que los correspondientes a sexo femenino.
- Los datos de Barcelona con respecto a los cigarrillos liados presentan alta dispersión, así como las comunidades de 100 a 400 mil hab.
- En los datos correspondientes a la clase media-media y a la edad de 45-54 años se observa una alta variación.

El fumador ocasional fuma menos cantidad de cigarrillos que el diario, y cuando lo hace, fuma cigarrillos con filtro.

La cantidad total de cigarrillos fumados es el doble en el hombre con respecto a la mujer, y menor en los más jóvenes. El consumo es más alto cuanto mayor es el consumo de alcohol.

Los consumidores de droga fuman mayor número de cigarrillos sin filtro que el resto.

El consumo de cigarrillos liados está centrado en las personas de edad más avanzada, y en la clase social modesta. Este consumo es nulo en la clase alta-media y media-media.

En Gerona se consume más este tipo de tabaco.

3.1.3.- MODOS DE CONSUMO

Los modos de consumo hacen referencia a la aspiración-inhalación de humo, al nº de caladas y al apurado del cigarro. Los datos comparativos entre las investigaciones '82 y '86 son los siguientes:

C A T E G O R I A S						
	FUMADORES ACTUALES				EXFUMADORES	
	OLA 82	OLA 86			OLA 82	OLA 86
		DIARIO	OCASIONAL	TOTAL		
<u>Inhalan:</u>						
- Sí	79,4	83,6	39,4	76,40	69,8	62,3
- No	20,2	14,4	57,6	21,4	29,0	34,7
- N/S - N/C	-	2,0	3,0	2,14	-	3,0
BASE:	535	507	99	606	165	199
<u>Apuran</u>						
- Mucho (- 1/3) ..	28,8	63,4	46,5	60,8	12,7	56,1
- Regular (1/3 - 1/2)	52,1	31,3	46,5	33,56	86,7	29,1
- Poco (+ 1/2) ...	18,5	4,5	4,7	4,52	-	10,1
BASE:	535	489	86	575	165	189

Sobre el nº de caladas que se dan al cigarrillo sólo se dispone de datos acerca de 1.986.

Observando los resultados se comprueba que hay una tendencia a inhalar menos en el año 86 con respecto al año 82. Además, el apurado es mayor en la actualidad. Esto parece ser debido a la diferente categorización que del apurado se ha hecho en las dos investigaciones; en la primera se preguntaba si se apuraba el cigarrillo mucho, regular o poco, mientras que en el 86 se preguntaba si se debaja menos de $1/3$ del cigarrillo, entre $1/3$ y $1/2$ ó más de $1/2$. La correspondencia entre los dos sistemas de categorización puede no ser ajustada, resultando una valoración más subjetiva que mensurable. Así, una persona que estimó en 1982 que apuraba "regular" el cigarro puede igualmente percibir que deja menos de $1/3$ del cigarro.

En exfumadores se aprecia un aumento parecido en el apurado, que queda explicado ya. Con referencia a inhalación, también los exfumadores tienden a inhalar menos el humo.

La mayoría de la población aspira el humo del cigarro, aunque podemos encontrar ciertas matizaciones:

- El hombre aspira el humo más que la mujer
- Los que menos aspira el humo son los de más edad.
- Los fumadores diarios aspiran el humo del cigarro, los ocasionales generalmente no, y los exfumadores, cuando fumaban normalmente aspiraban el humo.
- La provincia de Lérida presenta el menor porcentaje de inhaladores.
- Se aspira más el humo en los habitats de 10 a 400 mil habitantes.
- A medida que baja el nivel socioeconómico se aspira más el humo.

Los consumidores de alcohol y drogas tanto como los no consumidores sí lo aspiran, sobre todo los consumidores de droga.

Estos resultados concuerdan con los del año 82.

Existe una tendencia indicativa a apurar el cigarillo, igual que en el año 82, encontrándose pocos datos específicos de mayor interés; de cualquier modo se destaca:

- Apuran el cigarro bastante más los hombres que las mujeres, y por edades los de 35-65 años.
- También lo apuran más los fumadores diarios que los ocasionales.
- Los altos consumidores de alcohol y droga apuran más el cigarro.
- En Barcelona y las comunidades más pequeñas se apura más; en Lérida es donde menos se apura el cigarro.

El nº de caladas, por otra parte, oscila alrededor de las 12. Los fumadores ocasionales dan menos caladas que los diarios, pero esta diferencia es pequeña.

3.1.4.- INTENTOS DE ABANDONO DEL HABITO

Los datos comparables con la investigación del 82 son los siguientes:

ABANDONO DEL HABITO	C A T E G O R I A S			
	FUMADORES ACTUALES			
	OLA 82	OLA 86		
		DIARIO	OCASIONALES	TOTAL
<u>Ha pensado:</u>				
- Sí	69,5	78,7	46,5	73,43
- No	30,3	21,3	53,5	26,56
- N/C	0,17	-	-	-
<u>Ha intentado:</u>				
- Sí	53,4	57,2	39,4	54,29
- No	44,3	42,6	59,6	45,37
- N/C	2,67	0,2	1,0	0,33
BASE:	561	507	99	606

Como vemos, los fumadores en 1986 piensan más en abandonar el hábito que los fumadores en 1982. Sin embargo, los intentos reales son similares en los dos años, no hay mayores intentos en 1986.

En un primer acercamiento, se aprecia que la población de 1986 en un porcentaje mayoritario ha pensado alguna vez en dejar de fumar, e incluso lo ha intentado. Son menos las personas que lo han intentado que las que simplemente lo han pensado, pero aún así aquellas también son mayoritarias.

Los fumadores ocasionales lo han pensado mucho menos que los diarios, y también lo han intentado menos, como cabía esperar.

Los sectores de población que más han pensado en dejar de fumar son:

- sexo masculino
- las personas comprendidas entre los 25 y 44 años,
- clase social media-media y modesta
- provincias de Gerona y Barcelona

Dentro de los que menos han pensado en este tema destacan:

- las personas de 45 a 54 años de edad
- las comunidades de 10 a 100 mil habitantes.

Los sectores que más han intentado dejar de fumar son:

- el sexo masculino
- las personas de edad más avanzada
- clase modesta
- provincia de Gerona

Los sectores de población que menos han intentado han sido las personas más jóvenes, las de clase social media-alta, las residentes en Barcelona capital y en la provincia de Lérida.

Dentro de la población que ha intentado dejar de fumar, encontramos los siguientes datos con referencia al número de intentos, tanto en el año 82 como en el año 86:

Nº DE INTENTOS	C A T E G O R I A S					
	FUMADORES ACTUALES				EXFUMADORES	
	OLA 82	OLA 86			OLA 82	OLA 86
		DIARIOS	OCASIONALES	TOTAL		
- 1 ó 2 veces .	54,0	52,4	43,5	51,3	63,9	69,5
- 3 ó más veces	45,0	47,2	53,8	47,9	23,66	29,9
- N/S - N/C ...	1,0	0,4	2,56	0,65	12,4	0,6
BASE:	300	290	39	329	169	164

Los exfumadores de ambos años hicieron 1 ó 2 intentos, mayoritariamente, y la proporción entre 1-2 y 3 ó más se conserva desde el 82 al 86. El aumento en ambas categorías para el 86 es debido a que contesta mayor nº de personas.

Por regla general, las mujeres realizan menos intentos que los hombres, y en Tarragona y Gerona también se realizan menos intentos (1 ó 2 veces, solamente).

En otro orden de cosas, los fumadores actuales han estado poco tiempo sin fumar, realmente. En su mayoría, menos de 3 meses. Este dato es particularmente cierto en los fumadores diarios; los fumadores ocasionales se distribuyen de forma más heterogénea en los intervalos de tiempo; es decir, han estado algo más de tiempo sin fumar que los fumadores diarios.

Cuanto más alto es el consumo de alcohol, menor es el periodo de abandono. Los consumidores de droga están sin fumar periodos muy cortos de tiempo (1 mes, tres meses).

Con respecto a la edad, cuanto más jóvenes son los individuos menos tiempo han estado sin fumar.

Las clases medias son las que menos tiempo han estado sin fumar de entre todos los niveles socioeconómicos. Por provincias se aprecian mayores periodos en Tarragona y Gerona, pero estos datos están calculados sobre muestras muy pequeñas. En cuanto a habitats, los periodos prolongados están más ligados a comunidades de 100-400 mil habitantes que a otras.

Los intentos de abandono del hábito normalmente se han realizado de forma drástica; en un alto porcentaje, la población que ha intentado dejar de fumar lo ha hecho de repente, más que gradualmente. Este resultado es particularmente significativo en la población de exfumadores.

Dentro de los sectores consultados sobre el consumo de alcohol o drogas son los altos consumidores que han intentado dejar el hábito los que lo hacen gradualmente.

A medida que avanza la edad y baja el nivel socioeconómico aumenta el porcentaje de abandono drástico.

El hombre que intenta dejar el hábito lo hace más de repente que la mujer.

En las comunidades más pequeñas es donde mayor incidencia tiene la modalidad "drástica".

El motivo mayoritario por el cual los fumadores del 86 que intentan dejar el hábito vuelven a fumar es el de aliviar nervios. No se perfila como decisiva ninguna otra razón, y los porcentajes que no entran en la categoría anterior suelen entrar en la categoría de "otras razones".

Por sectores de población contamos con datos más específicos: cuanto más bajo es el nivel socioeconómico, más peso tiene el motivo de aliviar nervios.

Los más jóvenes consideran también como razón de peso para su vuelta al consumo la incitación de los demás, cosa que no ocurre en el resto de las edades. Asimismo, la clase media-alta y media-baja considera, en mayor porcentaje que las demás, que la incitación ajena motivó su vuelta al consumo. Este mismo motivo presenta mayor incidencia en la población femenina. Los fumadores de hábito ocasional dan más peso específico a esta razón que los de hábito diario, a la hora de explicar los motivos de su vuelta al hábito.

Los fumadores de hábito diario, por otra parte, dan mayor importancia a la desaparición de las causas que les obligaron a dejar el hábito que los ocasionales, para volver a fumar.

Desde una percepción subjetiva, la influencia de la publicidad es el motivo menos valorado por toda la población (1,8%) para dejar de fumar. Las mujeres, las personas de 45 a 54 años, los altos consumidores de alcohol, y sobre todo, los fumadores ocasionales, la consideran algo más por encima que la población restante.

Al comparar la incidencia de la prescripción médica en el abandono del hábito tanto en el año 82 como en el 86 resulta:

PRESCRIPCION MEDICA	C A T E G O R I A S					
	FUMADOR ACTUAL				EXFUMADOR	
	OLA 82	OLA 86			OLA 82	OLA 86
		DIARIO	OCASIONAL	TOTAL		
- Sí	32,8	38,5	14,1	34,5	40,2	30,7
- No	67,2	61,1	85,9	65,15	57,4	66,3
- N/S - N/C ..	-	0,4	0	0,33	2,4	3,0
BASE:	535	507	99	606	165	199

No hay diferencias entre los fumadores de uno y otro año, pero sí entre los exfumadores. A los de 1986 les ha prescrito el médico el abandono del hábito en menor medida que a los de 1982.

La prescripción médica del abandono de hábito es, en cualquier caso, minoritaria. Aún así, en 1986 tiene especial incidencia en los fumadores diarios, los consumidores de analgésicos, edades más altas y clases sociales más bajas.

La preocupación por los efectos del tabaco es, en general, de poca magnitud o nula. Si comparamos el grado de preocupación en 1982 con el de 1986 obtenemos los siguientes resultados:

GRADO DE PREOCUPACION	C A T E G O R I A					
	FUMADOR ACTUAL				EXFUMADORES	
	OLA 82	OLA 86			OLA 82	OLA 86
		DIARIO	OCASIONAL	TOTAL		
- Nada	45,0	45,8	58,6	47,89	43,8	49,7
- Un poco	27,7	27,8	22,2	26,88	16,6	19,6
- Moderadamente .	16,3	16,0	9,1	14,8	16,6	12,1
- Mucho	10,3	10,1	10,1	10,1	21,9	15,1
BASE:	535	507	99	606	165	199

El grado de preocupación entre los fumadores de los dos años se mantiene bajo, aunque hay ligerísimas diferencias que indican que ha bajado un poco más en 1986.

Más claro es el decremento en el grado de preocupación de los exfumadores de 1986 con respecto a los de 1982.

Ya centrándonos en el 86, podemos observar que según avanza la edad y a medida que baja el nivel socioeconómico hay menor preocupación.

Los sectores de población más preocupados son los fumadores de hábito diario, los consumidores de analgésicos, los habitantes de la capital y de las comunidades más pequeñas, y los residentes en Barcelona.

Al solicitar de la población que valoraran una serie de razones para dejar de fumar en cuanto a su importancia subjetiva, se obtuvo que la mejor valoración recae sobre la protección de la propia salud, seguida de las molestias a los demás, tener diversos síntomas y dar buen ejemplo. El cumplir con presiones familiares es, menos importante para la mayoría de la población.

Las razones que adujeron los exfumadores de 1982 para dejar de fumar admiten una comparación no estricta con la importancia que le dan a esas mismas razones los exfumadores del 86.

MOTIVOS	EXFUMADORES 82 (CAUSA DEL ABAN- DONO)	EXFUMADORES 86 (VALORACION EN IMPORTANCIA)
- Salud	37,3	98,0
- Síntomas	30,2	81,4
- Familia	4,7	36,7
- No molestar .	1,2	76,4
BASE:	169	199

Los resultados están obtenidos en porcentajes.

Se observa que las razones directamente asociadas con la salud son las más importantes para ambas muestras. Por otro lado, mientras que sólo el 1,2% de los exfumadores del 82 dejaron el hábito por no molestar a los demás, la población de exfumadores del 86 valoran en su mayoría esa razón como importante.

3.1.5.- LAS ACTITUDES ANTE EL TABACO

Se ha aplicado una escala, cuyas formulaciones han sido idénticas en las olas ('82 y '86), pero cuyos intervalos escalares se han realizado de forma más simplificada en el '86. Agrupando con fines comparativos las contestaciones en su vertiente positiva, tenemos:

ITEM	ACUERDO EN '82	ACUERDO EN '86
- Fumar es un hábito de mal gusto	53,1	59,7
- El tabaco sirve para entretener inofensivamente el tiempo	42,8	39,5
- Fumar aturde el ánimo, el espíritu	25,1	29,6
- El fumar proporciona un relax necesario en la vida moderna	39,6	35,8
- Quien fuma, se expone al peligro	94,3	94,7
- Fumar beneficia la relación social y la expresión de uno mismo	21,2	20,8
- Fumar es un vicio	95,1	97,5
- El fumar es una cosa útil, ayuda a enfrentar problemas, cansancios, nerviosismos	36,0	23,1
- Las personas que fuman manifiestan con ello su poco control de sí mismas .	41,9	47,6
- Fumar es en definitiva un placer agradable y poco costoso	21,4	17,3

Por tanto, claramente, las actitudes ante el tabaco van sumando puntos en su vertiente desfavorable y menos justificativa del hábito.

La actitud favorable-desfavorable de la población total de 1986 ante el tabaco se distribuye en forma de una curva normal, prácticamente. La curva queda desplazada hacia la izquierda (polo desfavorable). Por otra parte, estos datos no presentan una variabilidad importante:

$$\left. \begin{array}{l} \bar{X} = 16,1 \\ \sigma = 3,6 \end{array} \right\} \text{ siendo el máximo favorable 30 puntos y el mínimo 10.}$$

En el año 1982 la curva se inclinaba ligeramente hacia zonas negativas para el tabaco, presentando mayor variabilidad en los datos:

$$\left. \begin{array}{l} \bar{X} = 25,5 \\ \sigma = 5,28 \end{array} \right\} \text{ siendo el máximo favorable 50 puntos y el mínimo 10.}$$

Dentro de la investigación de 1986 los sectores de población más favorables al tabaco, en líneas generales, son los altos consumidores de alcohol, droga y tabaco, y la clase alta-media. Los sectores más desfavorables son los no fumadores y las mujeres. Por último, es de destacar que las opiniones desfavorables presentan menor variabilidad que las favorables, aunque esta diferencia es pequeña.

Más específicamente, podemos señalar las tendencias actitudinales por variables.

Por intensidad de consumo, la opinión es tanto más favorable cuanto mayor es la cantidad consumida de tabaco, alcohol o drogas. Los exfumadores siguen a los no-fumadores en actitud desfavorable.

Con respecto a la edad, el sector más favorable al tabaco es la población más joven, y el más desfavorable la población de mayor edad.

La actitud favorable es compartida también por los habitantes de la capital, las clases sociales más altas y el sexo masculino.

La actitud desfavorable es indicativa en las clases bajas, el sexo femenino y la población de Lérida, éste último dato no presenta mucha fiabilidad.

Por otro lado, preguntada la población sobre el tiempo que pasa en ambientes cargados de humo y las molestias sentidas, resultan los siguientes datos susceptibles de comparación en las investigaciones del 82 y del 86:

	CATEGORIAS	
	NO FUMADOR 82	NO FUMADOR 86
<u>Tiempo que pasa en ambientes cargados:</u>		
- Nada	13,1	65,2
- Menos 1 h.	64,2	10,8
- De 1 a 4 h.	12,1	8,8
- Más de 4 h.	8,6	14,2
- N/S - N/C	2,0	1,0
<u>Molestias:</u>		
- Ninguna	23,1	20,3
- Algunas/moderadas	35,1	35,3
- Fuertes	22,9	31,7
- Muy fuertes	15,9	12,1
- N/S - N/C	2,9	0,7
BASE:	754	695

Los no-fumadores tienden a pasar poco tiempo (menos de una hora como máximo) en ambientes cargados de humo, tanto los del 82 como los del 86. Quizá los no-fumadores de 1982 pasan en total menos tiempo en ambientes cargados, puesto que es menor su porcentaje con más de cuatro horas.

Por otro lado, estas poblaciones informan de unas molestias no muy intensas, sino más bien moderadas. Los no-fumadores del 86 se quejan de una mayor intensidad de las molestias, frente a los del 82.

En la investigación del 86 se aprecia, en líneas generales, que la población percibe que no pasa mucho tiempo en ambientes cargados de humo, y que las molestias ocasionadas por ese ambiente son moderadas.

Dentro de la investigación del 86, se observa una percepción del tiempo de permanencia en ambientes cargados muy diferente según la intensidad del consumo. A medida que se consume más tabaco o alcohol, se percibe como mayor el tiempo que se pasa en un ambiente cargado de humo. Por otro lado, los no consumidores de droga o consumidores de analgésicos informan de una menor permanencia en ambientes cargados con relación a los consumidores.

Las molestias sentidas aumentan a medida que disminuye el consumo de tabaco y alcohol. Los consumidores de analgésicos y no consumidores de drogas perciben molestias más intensas que los consumidores de droga.

El hombre percibe que pasa más tiempo que la mujer en ambientes cargados, e informa de unas molestias menos intensas.

Por habitats las percepciones de mayor permanencia en ambientes cargados vienen ligados a la capital y comunidades más grandes y sobre todo a la provincia de Barcelona.

Con respecto a la edad, aumenta el tiempo de permanencia en ambientes cargados a medida que baja ésta. La intensidad de las molestias es percibida como más creciente a medida que aumenta la edad de los individuos.

Para terminar, la mayor permanencia en ambientes cargados se registra entre las clases más altas, y las menores molestias son percibidas por las mismas clases.

3.2.- SECCION ALCOHOL

3.2.1.- PRIMERAS INFORMACIONES

El primero de los indicadores utilizados trataba de dimensionar los niveles de frecuencias de consumo alcohólico, y en particular, el porcentaje de personas de la población que son "abstemias". Los resultados comparativos de las dos olas de estudios son:

FRECUENCIA DE CONSUMO ALCOHOLICO

	OLA '82	OLA '86
Todos o casi todos los días.....	40,9	36,3
2 ó 3 veces a la semana.....	9,3	10,0
Una vez a la semana...	11,5	12,3
Varias veces al mes...	5,5	2,7
Alguna/s vez/veces al año.....	12,0	20,5
Nunca. No es bebedor en absoluto.....	20,8	18,3
	32,8	38,8
BASES.....	1.500	1.500

Tal y como puede observarse, el consumo de alcohol sobre todo si consideramos la frecuencia, ha crecido en estos años. El fenómeno es conocido también desde la perspectiva de los fabricantes.

Ahora menos población bebe diariamente, o varias veces en semana, y más población no bebe.

Más específicamente el porcentaje de personas quasi abstemias es 38,8%, que saturan significativamente más los siguientes estratos sociológicos:

- . Mujeres (53,4)
- . Edades superiores (más del 40% a partir de 45 años)
- . Clases sociales más bajas
- . No consumidores de tabaco, drogas o consumidores de analgésicos-tranquilizantes
- . Provincia de Tarragona
- . Comunidades más pequeñas

Con respecto al año 82, estos resultados son coincidentes en sexo, edad y clase social. En cambio, el consumo en el 82 aumentaba según se descendía en habitat.

Por otra parte, ha aumentado el porcentaje de mujeres abstemias (un 43% en el 82) y también es mayor ahora el porcentaje de personas que no consumen alcohol dentro de las clases bajas.

3.2.2.- CUANTIFICACION DEL CONSUMO ALCOHOLICO

Se ha vuelto a repetir en el '86 nuestro sistema de cuantificación de los consumos alcohólicos semanales. Dicho sistema supone:

- . Reproducir, como en un diario, los consumos alcohólicos de tres días muestrales de la semana. (Ver cuestionarios).
- . Transformar los resultados en c.c. de alcohol puro (ver DOSIER TECNICO).
- . Y realizar cálculos específicos que permitan el análisis pormenorizado.

Comenzando por una analítica global, las distribuciones de consumos de alcohol puro en c.c. los distintos días de la semana, han sido, expuestos comparativamente los siguientes:

CANTIDAD DE ALCOHOL PURO CONSUMIDO (EN C.C.)

	C A T E G O R I A S					
	OLA 82			OLA 86		
	LABORA- BLES	SABADOS	DOMINGOS	LABORA- BLES	SABADOS	DOMINGOS
0.....	37,5	34,3	29,5	56,1	51,4	47,0
1-25.....	40,2	38,0	41,2	27,5	26,9	31,5
26-50.....	12,3	14,1	16,2	10,3	10,8	12,3
51-75.....	5,5	6,6	7,2	3,5	6,5	5,9
76-100.....	2,4	3,4	3,3	1,3	1,7	1,8
101-125.....	1,1	1,3	1,2	0,6	1,5	0,7
126-150.....	0,6	1,2	0,7	0,5	0,7	0,4
151-175.....	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,1
176-200.....	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1
201-225.....	-	0,3	0,3	-	0,1	-
+ de 250.....	0,1	0,3	0,1	-	0,1	0,2
BASE	1188, consumidores, in- cluyendo al menos algu- na vez al año			1226 consumidores		

Se observa, tanto en el 82 como en el 86, un consumo menor en laborables y mayor sobre todo en domingos o festivos. Por otro lado, los consumos han bajado en todas las categorías en el 86 con respecto al 82.

Utilizando, a pesar de que los datos no lo permiten rigurosamente por no ser curvas normales, una estimación media de consumo a título comparativo, tenemos:

CONSUMOS MEDIOS DE ALCOHOL SEMANAL, EXPRESADOS EN
C.C. DE ALCOHOL PURO

	EN '82	EN '86
Día laboral.....	19,79	15,20
Sábado.....	24,32	20,48
Domingo.....	24,18	18,87
Base: consumidores al menos 1 vez al año...	1188	1226

Se observa:

- Disminución de cantidades consumidas en 1.986.
- Permanencia de otros fenómenos: importancia del sábado como día de consumo, y ligera disminución en domingo.

A partir de estos datos hemos intentado de nuevo una clasificación de la población por sus niveles de consumo alcohólico semanal. Los resultados comparativos han sido:

SEGMENTOS DE POBLACION

CATEGORIA	DEFINICION OPERATIVA	'82	'86
No consumidor....	0 c.c. semanal	36,1	37,9
Consumidor moderado.....	1-525 c.c. semanal	60,2	59,5
Alto consumidor..	+ 525 c.c. semanal	3,7	2,5

Esta segmentación se ha utilizado como variable de cruce de todo el estudio. Finalmente, a título genérico, todavía podemos establecer otro cuadro comparativo:

X DE C.C. DE ALCOHOL PURO CONSUMIDO SEMANALMENTE

	TOTAL POBLA CION	CONSUMIDOR MODERADO	ALTO CONSU- MIDOR
1982.....	117,13	156,51	758,38
1986.....	105,61	144,7	767,40

La media total de alcohol puro (en c.c.) consumido durante la semana ha bajado en el 86 con respecto al 82, y también ha bajado en la población de "poco consumidor". Sin embargo, en la población altamente consumidora de alcohol ha subido la cantidad semanal de alcohol puro ingerido.

Por sectores de población, los consumos de alcohol semanales presentan características peculiares.

Podemos agrupar los datos en función de las distintas variables de cruce, comparándolos con los datos de la anterior investigación:

X̄ C.C. DE ALCOHOL PURO SEGUN VARIABLES

		OLA 82	OLA 86
Según sexo.....	Hombre.....	221,0	167,6
	Mujer.....	70,0	44,1
Según edad	16-24 años.....	148,6	97,3
	15-24 años.....		
	25-34 años.....	165,6	113,1
	35-44 años.....	146,0	119,9
	45-54 años.....	133,7	108,8
	55-65 años.....	140,0	91,4
Según clase social	Alta-media.....	113,4	98,6
	Media-media.....	141,8	111,7
	Media-baja.....	153,4	106,4
	Modesta.....	170,0	100,5
Habitat	Barcelona.....	134,2	115,2
	100 a 400 mil hab.	108,8	88,3
	10 a 100 mil hab.	169,3	100,8
	2 a 10 mil hab.	173,5	112,5
Provincia	Barcelona.....	142,3	103,7
	Gerona.....	144,3	98,2
	Lérida.....	215,2	108,4
	Tarragona.....	147,2	130,8

Los resultados indican, globalmente, que los consumos han bajado, desde el año 82, en todos los sectores.

Según sexo, la diferencia entre hombre y mujer se sigue manteniendo; el hombre bebe más c.c. de alcohol puro que la mujer. Las cantidades en ambas categorías han descendido sensiblemente.

En cuanto a edades, mientras que en 1982 el segmento de población que menor cantidad de alcohol puro consumía era el de las personas de 45 a 54 años, en el 86 es el de las personas con 55-65 años. Las personas de 25 a 34 años son, en el año 82, las que más consumen, y las de 35-44 años son sus homólogas en el 86. Es decir, que los individuos que en el año 82 tenían 25-34 años y que ahora tienen 35-44 años,

son los que mayor cantidad de alcohol consumen y consumían; por otro lado, las personas que en 1982 tenían 45-54 años y que ahora tienen 55-65 son las que menor cantidad de alcohol ingerían y siguen ingiriendo.

En función de la clase social también se diversifica la ingesta de alcohol. En 1982 la clase modesta es la que saturaba en mayor medida en la variable 'consumo semanal de alcohol', y en el 86 es la clase media-media. Las diferencias entre las medias de consumo interclases, de cualquier forma, se han suavizado en el 86 con respecto al 82, donde eran más abundadas. La clase social que menos cantidad de alcohol puro ingiere semanalmente es la media-alta, en los dos años.

En 1982, el consumo de alcohol se distribuía como una curva creciente a medida que bajaba el número de habitantes en los distintos habitats: en las comunidades pequeñas se bebía más cantidad de alcohol. Ahora el consumo es más irregular, siendo más elevado en la capital, cosa que antes no ocurría. El menor consumo, en los dos años, está ligado a las comunidades de 100 a 400 mil habitantes.

Por provincias, se ingiere menor cantidad de alcohol en Barcelona y Gerona que en Lérida y Tarragona, aunque este dato está obtenido sobre bases muestrales pequeñas y no es de gran fiabilidad.

En otro punto, a partir de los datos directos de la encuesta puede elaborarse una distinta perspectiva. Nos referimos a la importancia relativa de los distintos productos alcohólicos.

- Los anteriores consumos semanales se reparten, según diverso tipo de bebidas, de la forma siguiente:

CONSUMO SEMANAL	OLA 82			OLA 86		
	\bar{X} C.C.	% DE PARTICIPACION EN C.C. ALCOHOL PURO	% DE PARTICIPACION EN LITROS CONSUMIDOS	\bar{X} C.C.	% DE PARTICIPACION EN C.C. ALCOHOL PURO	% DE PARTICIPACION EN LITROS CONSUMIDOS
Vinos.....	62,40	53,55	49,4	58,6	55,65	53,7
Cervezas.....	27,40	23,51	43,4	21,0	19,94	38,51
Vermouth.....	2,12	1,82	1,1	1,6	1,51	0,92
Licores, brandies, etc....	20,69	17,76	5,0	21,8	20,70	6,26
Whisky.....	3,89	3,34	0,8	2,3	2,18	0,58

Según se comprueba, el consumo -en cantidad de c.c. ingeridos- ha bajado en 1986 con respecto a 1982 de una forma considerable. Los dos grandes consumos siguen siendo vino y cerveza, aunque esta última ha decrecido un tanto respecto del 82, favoreciendo a los alcoholes fuertes. Con referencia a la contribución de estos productos a la ingesta de alcohol puro, vemos que el vino sigue siendo responsable de algo más de la mitad de c.c. de alcohol puro consumido, y que la cerveza ha bajado su porcentaje de participación, quedando en una proporción algo menor que los licores. Esta relación está invertida con respecto a la observada en 1982.

Se bebe menos whisky que otro tipo de bebida, pero la menor participación en la cantidad total de c.c. de alcohol puro ingerido es la del vermouth, en los dos años. El consumo de estos dos tipos de bebida se mantiene en los dos años, pero decrece la importancia relativa del whisky en c.c. de alcohol puro al aumentar la misma para el vino y los alcoholes fuertes (licores, brandies, etc.).

Parece interesante observar por segmentos, en los que ya hemos apreciado las diferencias en cantidades de consumo, cuáles son los productos de los que toman el alcohol. Como unidad comparativa tomaremos aquí los c.c. de alcohol puro. Organizando los datos directos obtenidos, hemos obtenido el cuadro siguiente; que informa sobre el porcentaje de consumo en c.c. de alcohol puro semanal según productos y segmentos de la muestra:

% CONSUMO EN C.C. DE ALCOHOL PURO SEMANAL

TOTAL POBLACION			TIPO DE PRODUCTO				
			VINO	CERVEZA	VERMOUTH	LICORES, BRANDIES, ETC.	WHISKY
SEGUN SEXO	OLA 82	Hombre.....	48,9	25,3	1,7	20,6	3,0
		Mujer.....	68,1	17,2	2,0	8,0	4,4
	OLA 86	Hombre.....	52,00	21,27	1,01	23,42	2,27
		Mujer.....	69,45	14,93	3,16	10,6	1,8
SEGUN EDAD	OLA 82	16 a 24 años...	33,9	33,4	3,0	25,7	3,8
		25 a 34 años...	46,2	26,8	3,0	20,2	3,6
		25 a 44 años...	55,3	26,0	0,9	13,0	3,8
		45 a 54 años...	60,2	20,8	1,2	16,2	1,2
		55 a 65 años...	71,6	10,7	0,5	13,0	3,6
	OLA 86	15 a 24 años...	27,1	43,8	2,56	21,97	4,51
		25 a 34 años...	50,97	24,86	1,86	20,69	1,59
		35 a 44 años...	57,07	15,23	1,42	25,6	0,66
		45 a 54 años...	64,32	12,0	1,2	19,03	3,41
		55 a 65 años...	75,19	7,24	0,5	15,69	1,31
TOTALES	OLA 82.....		53,5	23,5	1,8	17,7	3,3
	OLA 86.....		55,65	19,94	1,51	20,70	2,18

Por sexo, se aprecia un cambio pequeño en la ingesta. El consumo proporcional masculino ha aumentado en licores y disminuido en cerveza, desde 1982. El consumo femenino de cerveza y whisky ha decrecido dejando más margen a los alcoholes fuertes.

El producto más consumido es el vino, seguido de la cerveza en las mujeres y de los licores en los hombres. Este aumento de consumo en los varones es lo que provoca el aumento en el consumo general de licores, brandies, etc. con respecto a cerveza, entre los dos años.

(El aumento en consumo de licores es de 3 puntos y el decremento en consumo de cervezas es de otros 3 puntos, para el hombre).

En jóvenes de 15 ó 16 años a 24 años se ha diversificado el consumo desde 1982. Entonces consumían tanto vino como cerveza, y en 1986 consumen más cerveza que vino, con lo cual las cifras desequilibran la situación homogénea de 1982. El consumo de licores ha bajado ligeramente su valor proporcional. En la actualidad, pues, los más jóvenes beben más cantidad de cerveza que de cualquier otro producto, y esta proporción aumenta la obtenida en 1982.

Las personas de 25 a 34 años han bajado su consumo de whisky con respecto al de 1982, y han mantenido, algo aumentado, su consumo de los otros productos excepto de licores que son consumidos en mayor proporción en 1986. Esta población, ahora como antes consume preferentemente vino.

El sector de población comprendido entre los 35 y 44 años de edad ha incrementado su consumo de vino y alcoholes fuertes en detrimento del consumo de cerveza y whisky. El producto más consumido es el vino, seguido de licores, en 1986. En 1982 era el vino seguido de cerveza.

Los individuos de 45 a 54 años consumen más vino, más licores y más whisky que en 1982, y menos proporción de cerveza que entonces. En cuanto a productos más favorecidos por el consumo, se aprecian iguales procesos que en el segmento inmediatamente anterior.

La población de más edad ha disminuido sus consumos en cerveza y whisky, aumentando ligeramente el peso específico del vino y los licores. De cualquier forma, el consumo en esta población, es prácticamente en su totalidad, de vino, en los dos años.

Ya dentro de 1986, se aprecia una creciente preferencia por el vino a medida que aumenta la edad, proceso inverso al que sufre la cerveza, y, en menor medida, el vermouth. Los licores son más consumidos por las personas de 15 a 24 años y de 35 a 44 años, y el whisky por los más jóvenes y los de 45 a 54 años. Estos resultados concuerdan con los de la investigación anterior.

Los resultados de cruce con otras variables son:

% DE CONSUMO EN C.C. DE ALCOHOL PURO SEMANAL

TOTAL POBLACION			TIPO DE PRODUCTO				
			VINO	CERVEZA	VERMOUTH	LICORES, BRANDY, ETC.	WHISKY
CLASE SOCIAL	OLA 82	Media-alta...	56,0	22,7	2,4	6,0	12,5
		Media-media..	50,6	26,9	1,9	15,5	4,8
		Media-baja...	54,2	21,6	1,8	20,2	1,9
		Modesta.....	56,2	23,4	0,7	17,5	0,2
	OLA 86	Media-alta...	54,4	23,9	0,91	17,9	2,83
		Media-media..	50,6	19,96	1,7	23,63	4,02
		Media-baja...	56,98	19,62	1,69	19,7	1,98
		Modesta.....	59,15	18,71	1,10	20,82	0,2
SEGUN HABITAT	OLA 82	Barcelona....	49,6	26,2	2,0	16,3	5,6
		100 a 400 mil	52,2	28,5	2,3	16,2	0,5
		10 a 100 mil	53,2	24,8	1,2	17,9	2,4
		Hasta 10 mil	59,1	15,1	1,9	19,9	3,2
	OLA 86	Barcelona....	53,19	18,66	1,57	22,96	3,59
		100 a 400 mil	60,49	22,58	1,13	14,9	0,79
		10 a 100 mil	55,1	21,3	1,29	21,15	1,09
		Hasta 10 mil	57,24	18,4	1,86	20,44	2,04

Se observan algunas variaciones en el consumo de alcohol con respecto a la clase social.

El sector de población correspondiente a la clase media-alta consume mucha mayor proporción de alcoholes fuertes en 1986 con referencia a 1982, en detrimento del whisky, que ofrece una drástica bajada en el consumo general. Las demás bebidas oscilan en valores semejantes.

Igualmente, la clase media-media manifiesta un aumento del consumo proporcional de licores con respecto a 1982, y una disminución igualmente importante del consumo de cerveza.

Las preferencias de producto, en 1982 eran vino-cerveza (igual que la clase media-alta en ambos años). En 1986, sin embargo, se prefieren el vino y los licores.

En la clase media-baja se aprecia un equilibrio de consumos con respecto a 1982. Las proporciones de ingesta en cada producto se mantienen constantes, situándose en situación preferente el vino, por un lado, y la cerveza y licores por otro.

El segmento correspondiente a la clase modesta sigue la pauta que ya veíamos en las clases más altas: descenso de la proporción de alcohol debida a la cerveza y aumento de la proporción de alcohol debida a licores, brandies, etc. aunque los cambios no son tan acusados como los anteriores.

Aún así, son lo suficientemente grandes como para cambiar las preferencias de vino-cerveza por vino-licores.

Centrándonos en el estudio actual, se puede comprobar que el sector modesto de la población es el que en mayor proporción dirige su consumo al vino, y en menor proporción al whisky, aunque aquí las diferencias sean menores.

La clase media-alta consume cerveza en mayor medida que las demás, y alcoholes fuertes en menor medida.

La clase media-media consume en mayor proporción que las demás licores y whisky; y en menor proporción vino.

La clase media-baja, junto con la media-media, es la que mayor proporción de vermouth consume, aunque la diferencia es pequeña.

Con respecto al habitat, no se aprecian resultados que aporten datos distintos a los ya comentados.

Puede ser de interés, comparar ahora, los productos alcohólicos consumidos según los segmentos altos/moderados de bebedores, en estos dos años. Tenemos:

	\bar{X} C.C. CONSUMO DE ALCOHOL PURO SEMANAL				% PARTICIPACION EN C.C. DE ALCOHOL PURO SEMANAL			
	OLA 82		OLA 86		OLA 82		OLA 86	
	POCO CONS.	ALTO CONS.	POCO CONS.	ALTO CONS.	POCO CONS.	ALTO CONS.	POCO CONS.	ALTO CONS.
Vino..	86,8	276,36	84,7	322,9	59,9	37,17	58,69	42,3
Cerveza....	34,5	180,72	28,4	161,5	23,8	24,30	19,68	21,16
Vermouth	2,17	22,36	2,3	7,6	1,49	3,00	1,59	0,99
Licores, brandies, etc. ..	20,84	222,36	26,0	248,6	14,40	29,9	18,01	32,57
Whisky.	0,39	41,63	2,9	22,6	0,26	5,59	2,0	2,96

Ambos tipos de consumidores beben vino, sobre todo. Pero la diferencia radica en los licores: Los altos consumidores de alcohol beben más licores, brandies, etc. que los bajos consumidores, y eso en los dos años.

Comparando las cantidades medias de c.c. de alcohol puro ingerido, los poco-consumidores de 1986 consumen una menor cantidad de alcohol excepto en vermouth y whisky. En este último se consume más.

Los altos consumidores ofrecen un proceso desigual desde 1982; el consumo de vino y licores, brandies, etc. ha subido, en cantidades medias de alcohol puro (en c.c.), mientras que el de cerveza, vermouth y whisky ha bajado.

Las proporciones relativas de cada producto en el consumo total de alcohol han variado en los poco consumidores favoreciendo actualmente a los licores en detrimento de la cerveza.

En los altos consumidores también se observa este fenómeno, y además un aumento del peso específico del vino y una disminución de la importancia relativa del vermouth y el whisky.

Los bajos consumidores centran sus preferencias en el vino, seguido de la cerveza. Los altos consumidores mantienen un consumo repartido de forma más diversificada entre los productos.

Los datos relativos a la ingesta de alcohol en fumadores y no fumadores arrojan los siguientes resultados: Los fumadores diarios son los que más beben, en su categoría, semanalmente, y los no-fumadores los que menos.

Por último, en la categoría de drogas se aprecia un doble consumo de alcohol puro (en c.c.) para los consumidores de droga frente a los demás, semanalmente. Los consumidores de analgésicos y tranquilizantes son las personas que menos cantidad (en c.c.) de alcohol puro ingieren a la semana.

3.2.3.- LOS SETTINGS DEL CONSUMO ALCOHOLICO

A partir de los datos de esta encuesta, es posible precisar los marcos de consumo de cada una de las categorías de bebidas alcohólicas distinguidas. Procedemos a ello resumiendo todos los datos disponibles para cada familia de productos:

a) VINOS Y ESPUMOSOS

		OLA 82			OLA 86		
		LABORA BLE	SABA- DO	DOMIN GO	LABORA BLE	SABA- DO	DOMIN GO
Consume	Si.....	47,05	48,73	54,04	41,3	45,2	48,9
	No.....	52,94	51,26	45,95	58,7	54,8	51,1
Donde:	Hogar.....	81,4	78,4	85,7	95,5	90,4	92,2
	Casa amigos.....	4,7	-	2,9	0,6	2,9	3,2
	Bar/Cafetería.....	7,0	13,5	8,6	3,6	3,8	2,2
	Restaurante.....	2,3	5,4	-	3,0	3,6	3,0
	Club/Disco.....	-	-	-	0,2	0,7	0,2
	Trabajo.....	-	-	-	3,8	1,1	0,2
	NC.....	4,7	2,7	2,9	0,4	1,3	1,7

El consumo de vino está, como se ve, muy extendido en la población, aunque ha bajado en 1986 el número de personas que lo consumen. Este consumo está asociado a las comidas, en un hábito típico del país, tal y como se aprecia en el cuadro de lugares donde se bebe el vino. Además este hábito de ingesta de vino se está haciendo exclusivo del hogar, desde 1982 a 1986. Ahora no se ve asociado con otros lugares de forma significativa.

Por último, el porcentaje de personas que consumen vino es mayor los domingos, y menor los días laborables para los dos años.

Dentro de 1986, las mujeres consumen mucho menos que los hombres. El consumo es típicamente masculino, aunque los domingos aumenta la proporción de mujeres que beben vino.

Los hombres, aunque en su mayoría consumen este producto en el hogar, también lo consumen en los bares, sobre todo los días laborables. Las mujeres también consumen en el hogar, y el consumo en restaurantes es superior en los sábados, a la vez que el consumo casero disminuye.

El consumo de vino en días laborables se diversifica algo entre varios lugares en la capital, tendiendo a ser exclusivamente casero en las otras comunidades. Las comunidades de 10 a 400 mil habitantes consumen, en alguna medida, el vino en los lugares de trabajo.

En sábados también es menos exclusivo de un sólo lugar el consumo de vino en la capital. En las comunidades de 10 a 100 mil habitantes cobran alguna importancia los bares, casas de amigos, restaurantes, etc., lo cual supone un consumo algo más asociado con esparcimiento. En general, el consumo en el hogar baja en todos los habitats en sábado y domingo.

En domingos cobra más importancia el esparcimiento antes citado en las comunidades de 100 a 400.000 habitantes, que en el resto de la semana centran su consumo en el hogar.

Aún así, el vino se considera una bebida de casa, no de calle.

Por intensidades de consumo, los hábitos se diversifican: los no-fumadores y los fumadores ocasionales

beben menos vino que el resto y entre los consumidores de analgésicos y tranquilizantes aumentan los porcentajes de personas que consumen vino los sábados y domingos.

Los altos consumidores de alcohol beben vino en mayor proporción que los bajos consumidores, y su hábito es menos casero y más de bares.

Con respecto a la edad, consumen vino más los mayores que los jóvenes (el porcentaje de personas consumidoras aumenta a medida que aumenta la edad). A su vez, el hábito se hace más casero conforme se avanza en edad.

En los días laborables, el consumo de vino se generaliza más a medida que baja el nivel socioeconómico de la población. El hábito es más casero en la clase media-media, y menos en la clase media-alta, donde tiene cierta importancia el consumo en restaurantes. En la clase modesta se aprecia también un consumo en bares y lugares de trabajo.

b) CERVEZAS Y SIDRAS

		OLA 82			OLA 86		
		LABORABLE	SABADO	DOMINGO	LABORABLE	SABADO	DOMINGO
Consume	Si.....	20,0	20,2	18,8	14,8	16,3	14,4
	No.....	80,0	79,8	81,2	85,2	83,7	85,6
Donde	Hogar.....	43,3	41,5	47,1	44,0	48,5	60,5
	Casa amigos.....	1,9	3,4	3,7	0,5	3,0	4,0
	Bar/Cafetería...	45,2	48,3	43,4	50,0	42,0	32,2
	Restaurante.....	1,4	1,0	2,1	1,1	1,0	-
	Club/Discooteca..	1,7	3,4	2,9	1,1	5,0	2,8
	Trabajo.....	6,3	2,4	0,8	7,7	3,0	2,3
	NC.....	0,3	-	-	-	1,5	2,3

Como se puede apreciar en el cuadro se observa un descenso del consumo de cervezas y sidras en la población general actual con relación a la del 82, (tanto en días laborables como en festivos).

Existe un cambio de lugar preferente en el consumo de este producto, pasando del bar o cafetería (año 82) al hogar (año 86).

Los no fumadores consumen cerveza preferentemente en el hogar en días laborables y sábados; los fumadores diarios son quienes más lo hacen en bares los domingos.

El sábado es sin duda el día en que más cerveza se consume.

Los no consumidores de drogas son quienes en mayor porcentaje consumen cerveza los sábados en bares y cafeterías.

Los jóvenes (de menor edad) consumen cerveza en bares y cafeterías mientras que es el hogar el sitio de mayor consumo según aumenta la edad.

La población de clase social modesta bebe más en bares y cafeterías que el resto de poblaciones..

Es por sexo el hombre el que en mayor cuantía bebe cerveza y sidras en bares, mientras que en el hogar la mujer ocupa en porcentajes su mayor consumo.

c) VERMOUTH Y SIMILARES

		OLA 82			OLA 86		
		LABORA- BLE	SABA- DO	DOMIN- GO	LABORA- BLE	SABA- DO	DOMIN- GO
Consume	Si.....	1,43	3,28	8,92	0,6	2,7	9,7
	No.....	98,56	96,71	91,07	99,4	97,3	90,3
Donde	Hogar.....	11,1	31,0	34,3	57,1	36,4	70,6
	Casa amigos.....	3,7	5,2	9,3	14,3	3,0	2,5
	Bar/cafetería....	70,4	50,0	46,3	28,6	48,5	21,8
	Restaurante.....	-	1,7	4,6	-	3,0	3,4
	Club/Discooteca..	14,8	12,1	5,6	-	6,1	-
	Trabajo.....	-	-	-	-	3,0	0,8
	N/C.....	-	-	-	-	-	1,7

El consumo de vermouth es claramente minoritario, tanto ahora como en 1982, y, si bien antes estaba asociado a lugares como bares y cafeterías, ahora es más de casa, sobre todo en laborables y domingos. Los sábados sigue consumiéndose, mayoritariamente, en los bares.

En 1986, los altos consumidores de alcohol consumen vermouth el doble que los poco consumidores excepto en domingos, que aumenta la proporción de éstos que lo consumen.

d) LICORES, BRANDIES Y SIMILARES

		OLA 82			OLA 86		
		LABORA BLE	SABA- DO	DOMIN GO	LABORA BLE	SABA- DO	DOMIN GO
Consume	Si.....	11,44	17,00	17,92	10,6	17,3	17,2
	No.....	88,55	82,99	82,07	89,4	82,7	82,8
Donde	Hogar.....	23,1	26,1	53,3	69,2	52,8	65,4
	Casa amigos.....	7,7	13,0	13,3	-	6,6	3,3
	Bar/Cafetería....	38,5	47,8	20,0	27,7	23,1	19,4
	Restuarante.....	-	-	-	1,5	1,4	2,8
	Club/Discooteca...	7,7	13,0	13,3	4,6	19,3	10,0
	Trabajo.....	15,4	-	-	1,5	1,9	0,9
	NC.....	7,7	-	-	1,5	0,5	2,4

Estos consumos se han mantenido en los mismos porcentajes de población desde 1982 hasta ahora. Tiene lugar preferente en los sábados y domingos, de la misma forma en los dos años.

Estas bebidas se consumen en mayor medida que las otras, en clubs y discotecas. También se consume en bares o cafeterías y en el hogar, sobre todo este año. En 1986 también, aparece el consumo en restaurantes, pero no es muy significativo.

En la investigación de 1986 los altos consumidores de alcohol consumen estos productos seis veces más que los bajos consumidores, y su consumo está más generalizado en los días laborables, mientras que el consumo de los poco consumidores está más generalizado en sábados y domingos.

El consumo en laborables se reparte entre el hogar y bares o cafeterías, presentando los bajos consumidores mayor consumo en la propia casa que los altos consumidores. Los sábados existe un consumo de estos alcoholes importante en clubs y discotecas, que se acerca al consumo en cafeterías. Lógicamente disminuye el hogar como lugar de bebida. La situación de los altos consumidores no es ésta exactamente, pues no presentan clubs y discotecas como lugares de consumo de licores. Los domingos se observan fenómenos semejantes, pero con menor incidencia de consumo en clubs y cafeterías.

Esta ingesta de licores, brandies, etc., viene asociada a sexo masculino, más que femenino, y es mayor en sábados y domingos para los dos sexos. En los días laborables el consumo femenino se realiza en el hogar, el masculino entre la propia casa y bares o cafeterías.

En las comunidades de 100 a 400 mil habitantes es donde está menos difundido el consumo de esta gama de alcoholes.

Por provincias el consumo está más introducido en Barcelona y Tarragona, observándose los mismos fenómenos en cuanto a lugar de consumo que ya hemos comentado.

El consumo de licores, brandies, etc. es menor cuanto mayor es la persona en edad, durante los sábados y sigue una distribución pseudonormal en los días laborables y domingos. Los jóvenes mantienen lugares externos al hogar para su consumo, sobre todo sábados y domingos, durante los que tiene gran importancia la discoteca (se trata claramente de los combinados), y los restantes segmentos de edad mantienen un consumo casero excepto las personas de 25 a 34 años, que los sábados se acercan más a los lugares de consumo de los más jóvenes.

Por clases sociales se aprecia un consumo diversificado durante los sábados: estos alcoholes fuertes están más difundidos en los niveles socioeconómicos más altos.

e) WHISKY

		OLA 82			OLA 86		
		LABORA- BLE	SABA- DO	DOMIN- GO	LABORA- BLE	SABA- DO	DOMIN- GO
Consume	Si.....	1,76	2,02	1,93	1,1	1,8	1,3
	No.....	98,24	97,97	98,06	98,9	98,2	98,7
Donde	Hogar.....	42,3	29,4	35,0	57,1	40,9	43,8
	Casa amigos.....	15,4	5,9	15,0	7,1	9,1	12,5
	Bar/Cafetería....	26,9	35,3	45,0	14,3	18,2	25,0
	Restaurante.....	-	-	-	-	-	-
	Club/Discoteca...	11,5	29,4	5,0	7,1	31,8	12,5
	Trabajo.....	3,8	-	-	14,3	4,5	6,3
	N/C.....	-	-	-	-	-	-

Esta bebida es minoritaria, como el vermouth, pero al re vés que éste, el whisky no es una bebida ligada a los do mingos. La difusión de este producto es similar en los dos años, no apreciándose un desequilibrio de preferencias.

Con referencia a los lugares donde se bebe el whisky, en 1986 tiene mayor peso el hogar que en 1982, y menor peso los bares y cafeterías. Las discotecas y clubs presentan algo más de importancia.

Específicamente en la investigación de 1986, los altos consumidores de alcohol consumen whisky cuatro veces más que los poco consumidores. Estos consumen habitualmente en casa, y los sábados también en discotecas. Además hay algún consumo en bares o cafeterías durante toda la semana.

No hay diferencias en el consumo por días laborables, sá bados o domingos.

Por sexos, la mujer consume whisky en menor medida que el hombre. El consumo de éste aumenta bastante en sábados, mientras que el femenino se mantiene muy bajo durante to- dos los días.

Los mayores consumos recaen en la capital, y por provin- cias en Barcelona.

Por edades, el consumo está centrado en personas de 45 a 54 años mayoritariamente, aunque en sábados se igualan los porcentajes de consumidores. El consumo en casa está ligado a mayor edad.

La clase media-media es la mayor consumidora de whisky, mientras que la incidencia de este consumo en la clase modesta es prácticamente nula.

3.2.4.- INDICES SOBRE MOTIVACION AL CONSUMO Y OPINIONES

Preguntada la población sobre las razones que consideran más importantes para el consumo de bebidas alcohólicas, fue posible organizar los datos del modo siguiente; con expresión en los posibles ejes de significado subyacentes:

MOTIVOS PARA EL CONSUMO ALCOHOLICO

		%	
		OLA 82	OLA 86
Dimensión social	Costumbre.....	63,5	65,1
	Facilita conversación.....	13,8	16,3
	Compromiso social	32,3	37,7
Evasión	Olvidar penas....	18,1	20,8
	Sentirse eufórico	12,2	14,7
	Evadirse problemas.....	16,1	15,1
Organolépticas	Acompaña comidas.	64,5	68,7
	Disfrutar paladar	25,8	28,5
	Quitar sed.....	26,1	23,4

Los motivos mayoritarios para el consumo son, en los dos años, la costumbre de estar entre amigos, por un lado, y que el beber acompaña bien las comidas.

El tercer motivo en importancia es el compromiso social.

Es decir, la población remite a motivos sociales u organolépticos más que a motivos de evasión. En contrapartida, los motivos menos citados son: beber para sentirse eufórico y beber para evadirse de los problemas. A título absoluto tienen sin embargo gran importancia.

Con respecto al año pasado han variado poco los índices. Los únicos motivos para que baje el porcentaje de gente que los elige son "quitar la sed" y "evadirse de los problemas". El "compromiso social" ahora se considera más que antes como un motivo para el consumo alcohólico.

Resumiendo y organizando las razones para la ingesta en dimensiones: social, de evasión y organoléptica, podemos extraer mayor información sobre el tipo de justificaciones a que acude la población para explicar su consumo alcohólico.

Los datos están expresados en porcentajes de población que eligen cero, uno, dos o hasta los tres motivos pedidos por el entrevistador dentro de una misma categoría:

MOTIVOS PARA EL CONSUMO ALCOHOLICO

DIMENSIONES		%	
		OLA 82	OLA 86
Social	0 puntos.....	20,3	14,3
	1 punto.....	52,5	54,9
	2 puntos.....	26,2	30,0
	3 puntos.....	1,0	0,9
Evasión	0 puntos	45,1	57,2
	1 punto	46,1	33,7
	2 puntos.....	8,4	8,9
	3 puntos.....	0,4	0,3
Organoléptica	0 puntos.....	20,8	18,2
	1 punto.....	46,2	46,6
	2 puntos.....	28,9	31,7
	3 puntos.....	4,1	3,5

La dimensión de evasión es la que menor peso tiene en las propias percepciones de la población a la hora de justificar el consumo, cosa que ya preveíamos en la sección anterior, y esto en los dos años.

Con respecto a las otras dos dimensiones hay un porcentaje mayor de gente que remite a uno o dos motivos dentro de la dimensión social, pero también hay un porcentaje mayor de gente que al elegir dos o tres motivos dentro de una misma categoría, lo hace en la categoría organoléptica. Es decir, aquellas personas que dan mayor importancia a los condicionantes organolépticos como razones de consumo tienden a centrar sus elecciones en esta dimensión, mientras hay un mayor número de personas que remiten a un motivo social, pero no se integran de forma exclusiva esta dimensión, sino que consideran en alguna medida otra u otras.

Comentando concretamente los resultados obtenidos en la investigación de 1986, podemos recabar algunos datos con referencia a los distintos sectores de población.

Los altos consumidores de alcohol recurren más a justificaciones organolépticas que los bajos consumidores, y en una gran mayoría evitan las razones evasivas, también con diferencia significativa frente a los poco consumidores.

Las justificaciones sociales son emitidas más por los jóvenes y las de tipo organoléptico son propias de los sectores de mayor edad.

Las mujeres se inclinaban algo más por motivos sociales que los hombres, y estos más que aquéllas por motivos organolépticos.

Hay una mayor incidencia de razones de tipo organoléptico para el consumo en las comunidades más pequeñas.

Por lo que respecta a opinión o conceptos mantenidos sobre las bebidas alcohólicas, los datos recogidos son:

OPINIONES SOBRE LAS BEBIDAS ALCOHOLICAS

	PORCENTAJES
Son un medicamento.....	0,8
Son un alimento.....	5,7
Aumentan la virilidad...	1,1
Son una droga.....	61,4
Son otra cosa.....	28,7
NS, NC.....	4,7
BASE.....	1500

Preguntada la población en 1986 sobre sus opiniones con respecto a las bebidas alcohólicas, en una gran mayoría se considera que son una droga. La opinión menos generalizada es la de que las bebidas alcohólicas son un medicamento.

Los altos consumidores de alcohol opinan que las bebidas alcohólicas son una droga, pero también consideran en un porcentaje superior a los poco consumidores que son un alimento.

Los fumadores diarios y exfumadores, asimismo, consideran las bebidas como alimento en mayor proporción que el resto de la población en su categoría.

Con respecto a la edad, los segmentos de edad más avanzada son los que más opinan que el alcohol es una droga, y también que es un alimento. Los más jóvenes consideran más que los mayores que el alcohol es otra cosa, aparte de ser una droga. Esta última opinión es compartida por la mitad de la población juvenil, porcentaje que queda por debajo de la media total.

Igualmente queda por debajo de la media la proporción de personas de la clase media-alta que opina que el alcohol es una droga, (incluso no llega a ser la mitad de la población de esta clase) y supera con mucho la media total la proporción de esas mismas personas que piensan que el alcohol es otra cosa.

Las mujeres piensan en un porcentaje más elevado que los hombres que el alcohol es una droga, y en menor porcentaje que ellos consideran el alcohol como un alimento.

3.3.- SECCION DROGAS

3.3.1.- CONSUMO

Dentro de esta sección se incluirán datos relativos a tipo de consumo, frecuencia, edad de comienzo y atribución del carácter de droga para cada uno de los productos testados.

El presente estudio se ha realizado con una estructura distinta a su homólogo de 1.982. Los productos han sido ahora agrupados en colectivos genéricos más que en marcas comerciales, por lo cual las comparaciones entre las dos investigaciones se harán sobre datos más aproximados que estrictamente equivalentes.

En otros apartados, la comparación con la ola '82 será imposible, por no existir en ésta los datos que se han recogido en el estudio de 1986. En dichos apartados seguiremos un análisis detallado producto por producto.

El consumo de drogas en los dos años queda resumido en el cuadro que se expone a continuación. Los datos están expresados en porcentajes de población que sí consumen:

HA CONSUMIDO ALGUNA VEZ

	1982	1986
- Acidos	1,7	1,7
- Anfetaminas	4,8	2,3
- Cocaína	1,9	1,6
- Colas/inhalantes	3,0	0,5
- Cannabis:		
. Hachis	7,3	} 9,3
. Marihuana	4,1	
- Datura	0,2	0,3
- Heroína	0,3	0,5
- Otros opiáceos:		
. Morfina	0,7	} 1,3
. Sosegón	0,1	
. Pentazocina	0,3	
. Metasedin	0,1	
- Analgésicos:		
. Aspirina	92,9	} 6,4
. Cibalgina	23,1	
. Optalidón	27,1	
- Popper	0,1	0,6
- Ansiolíticos:		
. Tranxilium	2,6	} 8,1
. Valium	9,4	
. Librium	1,3	
- Rohipnol	-	0,7
- Halción	-	0,4

Claramente la nueva formulación utilizando genéricos, y no productos comerciales hace descender la confesión o reconocimiento de consumir unos determinados productos. Llama por ello más la atención aquellos que se mantienen o se manifiestan al alza.

Con los nuevos datos hemos tratado, también con finalidad de usar la variable como cruce en las tablas de ordenador, de categorizar a las personas en sus consumos de estos productos. Las categorías, dada la fuente primaria de datos distintos, han de ser tomados sólo con una equivalencia indicativa. Se debe también tener en cuenta que el concepto temporal es distinto ("alguna vez" en el '86, y "en el último año" en 1982).

	1982	1986
- No consumidores	71,0	78,7
- Consumidores de analgésicos y tranquilizantes <u>ex</u> clusivamente	20,0	10,1
- Consumidores de drogas .	8,8	11,1

Claramente, como era esperable, y debido al tipo de formulación de la pregunta, disminuye el porcentaje de personas que se incluyen en la categoría de consumidores de analgésicos y tranquilizantes. Sube indicativamente el consumo de drogas.

Los consumidores de analgésicos son significativamente:

- Mujeres (2 mujeres por 1 hombre)
- De menor cultura
- Todo tipo de clase social
- Edades avanzadas

Los consumidores de drogas se encuentran más significativamente en:

- Hombres
- Muy jóvenes (el 73% de los consumidores no superan los 34 años).
- Con estudios de diversas especialidades
- Clases medias y altas
- En BARCELONA

3.3.2.- ATRIBUCION DEL CARACTER DE DROGA

Actualmente existe un mayor conocimiento de los productos que en 1982, aunque el porcentaje de des conocimiento sigue siendo importante en casos espe cíficos, que veremos posteriormente.

Responden al estereotipo de droga los siguientes:

1986 {
- Cocaína
- Heroína
- Cannabis
- Opiáceos

1982 {
- Cocaína
- Heroína
- Cannabis
- Morfina

y en menor medida

1986 {
- Inhalantes
- Anfetaminas
- Acidos

1982 {
- Anfetaminas

El desconocimiento es particularmente significativo en las siguientes drogas:

1986 {
- Datura
- Popper
- Rohipnol
- Halción

1982 {
- Datura
- Popper

Los resultados globales se presentan a continuación.

PRODUCTOS QUE CONSIDERA DROGAS	TOTALES	
	OLA 82	OLA 86
- Acidos	26,8	62,0
- Anfetaminas	37,9	63,7
- Cocaína	74,2	95,4
- Colas/inhalantes	22,3	65,1
- Cannabis:		
. Hachís	69,3	} 91,9
. Marihuana	75,5	
- Datura	10,3	14,9
- Heroína	82,5	95,1
- Otros apiáceos:		
. Morfina	71,1	} 84,3
. Sosegón	12,8	
. Pentazocina	13,3	
. Metasedín	12,3	
- Analgésicos:		
. Aspirina	16,9	} 50,7
. Cibalgina	16,1	
. Optalidón	25,8	
- Popper	10,4	14,9
- Ansiolíticos:		
. Tranxilium	15,1	} 49,3
. Valium	26,7	
. Librium	16,8	
- Rohipnol	-	16,9
- Halción	-	15,9

Los no consumidores de drogas, y las personas que consumen sólo ansiolíticos y tranquilizantes presentan niveles idénticos de desconocimiento. Sin embargo los actuales consumidores de drogas, "conocen" claramente su mercado.

3.3.3.- ANALISIS ESPECIFICO DE ALGUNAS DROGAS

Se han introducido cuestiones específicas en 1986 sobre los modos de consumos de diversas grandes categorías de drogas. Con frecuencia las bases muestrales son de pequeña entidad, lo que hace que ciertas particularidades deban tomarse con un valor meramente indicativo.

ACIDOS:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	930	62,0
- Lo han tomado alguna vez	26	1,7
- Lo han consumido el último año	14	0,9

BASE: 1.500

A título indicativo, los consumidores surgen más en los estratos:

- Masculinos
- De 25 a 34 años
- Clases medias y altas

La edad media de comienzo del hábito es de 19,1 años.

Y las razones/motivos más importantes de consumo según esta pequeña submuestra son:

	TOTAL	%
- Por curiosidad	12	46,1
- Era habitual del grupo ..	2	7,6
- Pasarlo bien	7	26,9
- N/S - N/C	5	19,2

BASE: 26

ANFETAMINAS:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	955	63,7
- Lo han tomado alguna vez	34	2,3
- Lo han consumido en el último año	9	0,6

BASE: 1.500

Por segmentos, surgen los consumidores del último año, entre:

- Mujeres
- Muy jóvenes (15-24 años)
- clases medias-medias

La edad de comienzo del hábito se sitúa como media a los 19,9 años, y los motivos confesados que llevaron a comenzar el hábito son:

	TOTAL	%
- Por curiosidad	7	20,6
- Era habitual de su grupo	2	5,9
- Pasárselo bien	3	8,8
- Evadirse de problemas ...	1	2,9
- Facilitar relaciones	1	2,9
- Prescripción médica	4	11,8
- Estudiar	8	23,5
- N/S - N/C	8	23,5

BASE: 34

COCAINA:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	1.431	95,4
- Lo han tomado alguna vez	24	1,6
- Lo han consumido el último año	19	1,2

BASE: 1.500

Por segmentos, los consumidores en el último año aparecen más indicativamente en:

- Hombres
- Clases medias-altas
- Muy jóvenes (15-24 años)

La edad media de comienzo del hábito se sitúa en los 21,5 años y los motivos mencionados para comenzar el hábito son:

	TOTAL	%
- Por curiosidad	11	45,8
- Pasárselo bien	9	37,5
- Facilitar relación	2	8,3
- N/S - N/C	2	8,3

BASE: 24

HEROINA:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	1.427	95,1
- Lo han tomado alguna vez	8	0,5
- Lo han consumido el último año	3	0,2

BASE: 1.500

Los pocos casos de consumidores que aparecen en la muestra son de hombres jóvenes, de todas las clases sociales, y en Barcelona.

La edad media de comienzo del hábito se sitúa en los 20 años y los motivos iniciales enumerados han sido:

	TOTAL	%
- Por curiosidad	2	25,0
- Pasárselo bien	3	37,0
- Evadirse de problemas	1	12,5
- N/S - N/C	2	25,0

BASE: 8

En cuanto a la forma de consumirla aparece en un 50% de los casos esnifada, y sólo en un 25% inyectado.

Se puede apreciar que la mitad de la población dice conocer algún caso de persona heroinómana.

OTROS OPIACEOS:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	1.265	84,3
- Lo han tomado alguna vez	20	1,3
- Lo han consumido el último año	4	0,2

BASE: 1.500

Los consumidores del último año son jóvenes, hombres, de clase media-baja.

La edad media del comienzo del hábito resulta muy tardía: 27 años y los motivos del inicio aducidos son:

	TOTAL	%
- Por curiosidad	3	15,0
- Pasárselo bien	3	15,0
- Evadirme de problemas	1	5,0
- Prescripción médica	11	55,0
- N/S - N/C	2	10,0

BASE: 20

Estos opiáceos se afirma que se toman inyectados por un 60% de los usuarios. La ingesta oral sólo aparece en el 15% de los casos.

ANSIOLITICOS:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	740	49,3
- Lo han tomado alguna vez	121	8,0
- Lo han consumido el último año	66	4,4

BASE: 1.500

En este caso tiene interés (y base muestral), la frecuencia de consumo durante el último año:

	TOTAL	%
- Todos los días	18	27,2
- 2 ó 3 veces por semana	4	6,0
- Alguna vez al mes	9	13,6
- Alguna vez al año	35	53,0

BASE: 66 personas que tomaron y contestan el último año.

Los consumidores del último año aparecen más significativamente concentrados en:

- Mujeres
- Edades avanzadas
- En Barcelona

La edad media estimada de comienzo del hábito se sitúa en los 34,1 años y las razones aducidas de comienzo del mismo son:

	TOTAL	%
- Por curiosidad	2	1,7
- Evadirse de problemas	12	9,9
- Facilitar relaciones	2	1,7
- Prescripción médica	89	73,6
- N/S - N/C	16	13,2

BASE: 121

ROHIPNOL:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	254	16,9
- Lo han tomado alguna vez	11	0,7
- Lo han consumido el último año	6	0,4

BASE: 1.500

No existe imagen o conocimiento del producto como droga. Su consumo dentro del año aparece muy espaciado. Y la edad media de comienzo del hábito es de 30 años. Es un consumo más bien masculino. Y los motivos inciden en un 54% de los casos en la prescripción médica.

HALCION:

	TOTAL	%
- Lo consideran droga	238	15,8
- Lo han tomado alguna vez	6	0,4
- Lo han consumido el último año	2	0,1

BASE: 1.500

Es muy poco conocido como droga. Sus consumidores son hombres jóvenes, y surgen en Barcelona capital.

La edad media de comienzo del hábito se sitúa a los 21,6 años, y como motivo aparece en la mitad de los casos la prescripción médica.

3.3.4.- CUESTIONES ACTITUDINALES SOBRE LAS DROGAS Y SU CONSUMO

En 1986 se ha variado substancialmente esta sección del cuestionario, quedando las siguientes formulaciones que presentamos con sus resultados:

	MUY DE ACUER- DO	ACUER- DO	INDIFE- RENTE	DESA- CUER- DO	MUY EN DESACUER- DO
- Las drogas deberían estar prohibidas y penalizadas .	45,9	35,3	6,9	10,6	1,3
- Si las drogas estuvieran legalizadas, dejarían de ser un problema	3,7	21,6	11,5	39,3	24,0
- Cada cual es libre de tomar el tipo de droga que desee	6,7	47,5	11,4	23,1	11,3
- Tomadas de forma moderada, no son perjudiciales para la salud	1,5	13,2	11,0	50,7	23,6
- Cualquier droga es perjudicial para la salud	37,5	52,3	4,5	4,8	0,9
- La Administración pública debería combatir prioritariamente este problema ..	46,0	44,9	3,9	4,3	0,3

Se ha tratado, mediante ponderaciones tipo LICKERT, de obtener una escala de actitudes hacia las drogas (ver sistema en DOSSIER TECNICO).

La escala teórica podría oscilar de:

- 30 puntos —→ actitud muy favorable a las drogas,
- 6 puntos —→ actitud muy contraria a las drogas, y
- la \bar{X} teórica sería de 18 puntos

Los resultados de esta operación en la población son:

$$\bar{X} = 13,1$$

$$S = 3,9$$

Así pues, muy pequeña variación y actitud claramente contraria al consumo de estos productos. Curiosamente no aparecen diferencias significativas entre segmentos, salvo la actitud más favorable del 11% de actuales consumidores de estos productos.

También ha considerado el cuestionario del '86 establecer el estereotipo que mantiene la población sobre una persona consumidora de drogas. Formulación, items, y resultados se presentan a continuación:

¿COMO CONSIDERA VD. A UN DROGADICTO EN CUANTO PERSONA?

	TOTAL	%
- Normal	35	2,3
- Enfermo	914	60,9
- Vicioso	315	21,0
- Delincuente	44	2,9
- Marginado	137	9,1
- Otros	32	2,1
- N/S - N/C	35	2,3

En conjunto,pués, se oscila entre la consideración de enfermo, y la consideración de vicioso.

En general, se puede afirmar que a mayor cultura, mayor implantación del concepto de enfermedad, y a menor el concepto de vicioso.

Sólo ocurren diferencias notables:

- por provincias, para cuyo fenómeno no disponemos de una hipótesis explicativa plausible,
- por consumo de drogas. Los actuales drogadictos se consideran:
 - . enfermos: 56,3%
 - . viciosos: 12,0%

pero subrayan más que la población general el aspecto de MARGINACION (13,8%).

En cuanto a posibles consecuencias del consumo de drogas, hemos obtenido los resultados siguientes:

CONSECUENCIA MAS IMPORTANTE DEL CONSUMO DE DROGAS

	TOTAL	%
- Problemas de salud	535	35,7
- Alteración de relaciones familiares	342	22,8
- Alteración de las relaciones laborales	112	7,5
- Alteración de las relaciones sociales	302	20,1
- Seguridad ciudadana	172	11,5
- Otros	53	3,5
- N/S - N/C	47	3,1

Tres son los items más importantes en los que se fija la población:

- LA SALUD, especialmente subrayada por la clase social alta, y los propios drogadictos.
- LAS RELACIONES FAMILIARES, que quedan menos subrayadas por los hombres, los jóvenes, y los consumidores de drogas.
- LAS RELACIONES SOCIALES, que son las que subrayan por su lado los hombres, los jóvenes, y los consumidores de drogas.

El tema de la INSEGURIDAD CIUDADANA, es más subrayado por las clases medias-bajas, y negado por los consumidores de drogas.

3.4.- INDICES SINTOMATOLOGICOS

Para tratar de detectar la situación de la población en diferentes síntomas y la correlación que presentan con el consumo de tabaco, alcohol y drogas, se han planteado una serie de preguntas, encaminadas a la elaboración de unos índices sintomatológicos.

Esta sección está subdividida en cuatro apartados o epígrafes:

- Datos generales
- Sintomatología Tabáquica
- Sintomatología alcohólica
- Caso especial en mujeres embarazadas

3.4.1.- DATOS GENERALES

Estos datos han sido recogidos en diferentes cuadros que se corresponden con las preguntas realizadas:

¿CUANTO PESA?

OLA 86	
- \bar{X}	67,2 Kg.
- σ	12,3

El peso medio obtenido para la población es de 67,2 Kgs. como es lógico este valor fluctúa según segmentos:

- Las mujeres pesan menos que los hombres
- También se observa un aumento de peso en exfumadores y en consumidores de altas cantidades de alcohol.

¿CUANTO MIDE?

		OLA 86
- \bar{X}		166,1 cm.
- σ		25,5

La estatura media obtenida para la población es de 166,1 cms. Al igual que con el peso, se ha observado:

- Lógicamente menor altura en mujeres (160,1 cm.) que en hombre (172,1 cm.).
- Mayor estatura en Barcelona que en habitats más pequeños.

¿HA IDO COMO PACIENTE AL MEDICO DE CABECERA EN EL ULTIMO AÑO?

	% OLA 82	% OLA 86
- Sí	50,3	52,6
- No	49,3	46,8
- N/S - N/C ..	0,5	0,6

En comparación al año 82, la población del 86 ha acudido en mayor medida al médico. También se observa que:

- Las mujeres acuden a consulta médica en mayor porcentaje que los hombres.
- Los individuos de 45 a 65 años van más al médico que el resto.
- Se visita más al médico en clases modestas que clases acomodadas.
- Los exfumadores, no bebedores y consumidores de analgésicos y tranquilizantes visitan también en mayor proporción al médico.

¿CUANTAS VECES?

	OLA 86
- \bar{X}	3,9
- σ	6,8

En cuanto al número medio de visitas, éste se fija en 3,9 visitas. Además tenemos que la frecuencia:

- Es mayor en:
 - . Individuos de 45 a 65 años
 - . Clase modesta
 - . Exfumadores y consumidores de analgésicos
- Es menor en:
 - . Individuos más jóvenes
 - . Fumadores ocasionales

TIEMPO PERMANECIDO EN CAMA POR ENFERMEDAD O ACCI-
DENTE, (en los últimos 6 meses):

	OLA 86
- Sí, entre 1 y 3 días	8,7
- Sí, entre 4 y 5 días	2,2
- Sí, entre 6 y 10 días	3,1
- Sí, entre 11 y 15 días	1,1
- Sí, 16 ó más días	2,1
- No	82,8
BASE:	1.500

En cuanto al hecho de tener que permanecer en cama por enfermedad o accidente, la gran mayoría (82,8%) afirma no haberlo hecho al menos en los últimos seis meses. De el resto que sí han guardado cama por estos motivos, más de la mitad lo han hecho por periodo no superior a 3 días, entre ellos destacan:

- Los más jóvenes de la muestra
- La clase alta (según se sube en clase social aumenta el porcentaje).
- Fumadores ocasionales
- Consumidores de analgésicos y de drogas

En resumen quienes con mayor intensidad han permanecido en cama han sido los individuos más jóvenes, consumidores de analgésicos y consumidores de droga pero lo han hecho en periodos cortos de tiempo.

TIEMPO QUE HA DEJADO DE TRABAJAR POR CAUSA DE ENFERMEDAD O ACCIDENTE (en los últimos seis meses):

	OLA 86
- Sí, entre 1 y 3 días	5,9
- Sí, entre 4 y 5 días	1,8
- Sí, entre 6 y 10 días ...	2,9
- Sí, entre 11 y 15 días ..	0,9
- Sí, 16 ó más días	3,6
- No	84,7
BASE:	1.500

Al igual que en el indicador anterior la mayor parte (84,7%) de los entrevistados manifiestan no haber faltado al trabajo por causa de enfermedad o accidente en los últimos seis meses.

Hay que destacar el paralelismo existente entre este indicador y el anterior, ya que al igual que en aquel la mayoría de los entrevistados que manifiestan haber faltado al trabajo, dicen que fué por un periodo inferior a 3 días. Al igual que antes, en este indicador destacan:

- Los jóvenes
- Los individuos de clases acomodadas
- Fumadores ocasionales, consumidores de analgésicos y de droga.

HAN TENIDO FAMILIARES QUE HAN TENIDO O TIENEN PROBLEMAS DE "NERVIOS" QUE LES HA OBLIGADO A RECIBIR ATENCION Y TRATAMIENTO MEDICO:

	OLA 86
- Sí	16,9
- No	81,7
- N/S - N/C	1,5

A este respecto vemos que algo menos de 2 de cada 10 personas han tenido familiares con problemas de nervios. Sin embargo hay segmentos en los que esta afirmación es más intensa, como lo son:

- Jóvenes
- Fumadores ocasionales
- Muy bebedores de alcohol
- Consumidores de droga y consumidores de ansiolíticos.

FAMILAR DEL QUE SE TRATA:

	OLA 86
- Padre	14,6
- Madre	26,5
- Padre y madre	1,6
- Otros	57,7
- N/S - N/C	3,6

Según vemos en este cuadro en más de 1 de cada 4 casos el familiar afectado es la madre, mientras que el padre lo es en un 14,6% de las ocasiones.

El caso de que el familiar sea la madre, se ve más extendido en:

- Jóvenes de 15 a 34 años
- Clases modestas
- En fumadores, tanto habituales como ocasionales
- Y sobre todo en consumidores de drogas

Sin embargo la figura del padre, se ve más afectada entre:

- Jóvenes de 15 a 24 y personas de 35 a 44 años
- Consumidores de drogas

3.4.2.- SINTOMATOLOGIA TABAQUICA

En este capítulo intentaremos detectar síntomas presuntamente relacionados con el tabaco con este fin se formularon las siguientes preguntas, cuyos datos se recogen en diversos cuadros:

TIENE TOS POR LAS MANANAS AL LEVANTARSE

	OLA 82	OLA 86
- Sí, más de 3 meses al año ..	} 14,2	9,3
- Sí, menos de 3 meses al año		8,4
- No	85,6	82,3
- N/S - N/C	0,2	-

En comparación al 82 existe un mayor número de entrevistados que presentan tos al levantarse. Esta tos es más frecuente en hombres, fumadores diarios, muy consumidores de alcohol y consumidores de drogas, y a excepción de éstos últimos en una frecuencia superior a 3 meses al año.

TIENE TOS DURANTE EL DIA O POR LA NOCHE

	OLA 86 %
- Sí, más de tres meses al año .	5,1
- Sí, menos de tres meses al año	7,3
- No	87,5
- N/S - N/C	-

Si la tos se produce durante el día o por la noche, ésta aparece con menor frecuencia que si lo hace por las mañanas.

En todo caso los fumadores diarios y los consumidores de drogas son quienes presentan este síntoma de una manera algo más intensa que el resto de la muestra. En ambos segmentos se cita más la frecuencia "menos de tres meses al año".

EXPECTORA O ESCUPE FLEMAS AL LEVANTARSE POR LAS MAÑANAS

	OLA 82	OLA 86
- Sí, más de tres meses al año	} 8,7	6,3
- Sí, menos de tres meses al año		6,1
- No	90,6	87,5
- N/S - N/C	0,7	-

Comparativamente al año 82, la aparición matinal de éstas se ha incrementado en un 3,1% de la población.

Refiriéndonos a los datos del 86, detectamos que:

- Son significativamente más frecuentes en hombres que en mujeres.
- En clases modestas se presentan con más fuerza que en el resto los status superiores.
- También aparecen más a menudo en fumadores diarios, altos consumidores de alcohol y consumi-dores de droga.

EXPECTORA O ESCUPE FLEMAS DURANTE EL DIA, O POR LA NOCHE:

	OLA 86
- Sí, más de tres meses al año	3,3
- Sí, menos de tres meses al año ..	4,1
- No	92,7
- N/S - N/C	-

En el caso de que las flemas aparezcan durante el día o por la noche, vemos que lo hacen de forma más infrecuente que por la mañana al levantarse. Cuando se presentan lo hacen de manera más notable en:

- Hombres
- Fumadores diarios
- Consumidores de alcohol
- Consumidores de droga

Para analizar estos indicadores de una manera más sintética y orientativa, se han realizado una ponderación (ver dossier técnico), de la cual hemos obtenido el siguiente índice sintomatológico tabáquico:

		OLA 86
- \bar{X}		0,74
- σ		1,64

Teniendo en cuenta que la cota superior (sintomatología acusada) es 8 y la cota inferior (ausencia de síntomas) es 0, podemos concluir que en general la población no presenta apenas síntomas teóricamente relacionados con el tabaco.

Aún sin demostrar una presencia siquiera medianamente notable de síntomas tabáquicos, destacan del resto de la muestra:

- Hombres ($\bar{X} = 1,05$; $\sigma = 1,95$)
- Clase modesta ($\bar{X} = 1,00$; $\sigma = 1,90$)
- Consumidores de drogas ($\bar{X} = 1,30$; $\sigma = 1,99$)
- Fumadores diarios ($\bar{X} = 1,40$; $\sigma = 2,11$)
- Consumidores de grandes cantidades de alcohol ($\bar{X} = 1,66$; $\sigma = 2,30$).

3.4.3.- SINTOMATOLOGIA ALCOHOLICA

A igual que en el caso del tabaco, en este epígrafe, intentaremos hacer un análisis de ciertos síntomas teóricamente relacionados con el consumo de alcohol.

Con este fin se realizaron una serie de cuestiones, cuyos resultados están reflejados en los siguientes cuadros:

SE HA EMBRIAGADO EN ALGUNAS OCASIONES?

	TOTAL	%
- Sí	139	11,3
- No	1.085	88,5
BASE: 1.226 consumidores		

Algo más de 1 de cada 10 consumidores de bebidas alcohólicas confiesa haberse embriagado en alguna ocasión.

Este hecho de embriagarse se da con mayor frecuencia:

- En hombres que en mujeres
- En sectores jóvenes y significativamente entre 15 y 24 años (33,5%)
- Según ascendemos en la escala social
- En fumadores diarios
- Lógicamente en altos consumidores de alcohol
- Más significativamente en consumidores de drogas (45,4%).
- En Barcelona ciudad y provincia, que en el resto.

En cuanto al número de veces que se ha producido este hecho, tenemos que la media en general ha sido:

$$\bar{X} = 4,7 \text{ veces}$$

$$S = 6,9$$

Sabemos también según declaraciones de los consumidores que sólo un 0,5% de éstos tuvieron que ser atendidos en urgencias por consumo de bebidas alcohólicas, es decir, 6 individuos (4 hombres y dos mujeres) y que esto ocurrió sólo una vez.

También Se preguntó a la muestra si tenían o habían tenido familiares con problemas relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas y de qué familiar se trataba. En este sentido los datos son:

TIENE FAMILIARES CON PROBLEMAS	TOTAL	%
- Sí	84	5,6
- No	1.399	93,3

Vemos que un reducido porcentaje declara haber tenido familiares con estos problemas. Este porcentaje aumenta en consumidoras de drogas.

De estos familiares con problemas, el 25% de los casos se refieren al padre y el resto a otros familiares sin especificar.

Por último se preguntó a la muestra total si había sufrido accidentes de tráfico en el último año, a lo que 54 individuos es decir el 3,6% contestaron afirmativamente. Esto sucedió con más frecuencia:

- En hombres que en mujeres
- Según descendemos en edad
- Al aumentar el status social
- En consumidores de drogas.

3.4.4.- CASO ESPECIAL DE MUJERES EMBARAZADAS

- Se preguntó a la muestra de mujeres si habían estado embarazadas alguna vez, con el fin de detectar la importancia que tiene entre ellas el consumo de tabaco, alcohol y drogas.

En este sentido y según manifestación de las entrevistadas un 72,6% de ellas han quedado embarazadas alguna vez. Este hecho se manifiesta en mayor medida:

- Según descendemos en clase social
- En exfumadoras y no fumadoras que en fumadoras (diarias y ocasionales).
- En el resto de ciudades a Barcelona

En cuanto a los consumos realizados por estas mujeres embarazadas tenemos:

	OLA 86		
	SI	NO	N/S-N/C
Tabaco:	5,7	94,1	0,2
Bebidas alcohólicas:	13,5	85,4	1,1
Drogas:			
- Acidos	-	98,4	1,6
- Anfetaminas	-	98,0	2,0
- Cocaína	-	98,9	1,1
- Inhalantes	-	98,5	1,5
- Cannabis	0,4	98,0	1,6
- Datura	-	96,3	3,7
- Heroína	-	98,9	1,1
- Otros opiáceos	0,4	97,8	1,8
- Analgésicos	1,1	95,8	3,1
- Popper	-	96,5	3,5
- Ansiolíticos	0,9	95,4	3,7
- Rohipnol	-	96,0	4,0
- Halción	-	94,5	5,5

Se observa que los porcentajes de consumo no son muy elevados, ya que en ninguno de los casos se sobrepasa el 15%. En todo caso parece que se consume más alcohol que tabaco o drogas.

En cuanto al consumo de tabaco, éste aumenta en mujeres embarazadas:

- Significativamente en edades jóvenes
- Según subimos en la escala social
- Consumidoras de drogas

Para el alcohol, su consumo de más notable entre:

- Individuos con edades de 25 a 44 años
- Mujeres de las capas superiores
- Exfumadoras y fumadoras diarias
- Consumidoras de droga

En el caso de consumo de drogas, sólo se declaraba y de forma muy reducida para tres productos, que según orden de importancia son:

- Analgésicos: con mayor frecuencia en mujeres que ahora tienen de 55 a 65 años y según descendemos hacia status inferiores. También en Barcelona.
- Ansiolíticos: sobre todo en edades intermedias (25 a 44 años), en clase media y en exfumadores y fumadores ocasionales.
- Cannabis: exclusivamente en el segmento más joven (15 a 24 años) y clases media-media baja, y también entre fumadores diarios y ocasionales.
- Otros opiáceos: son consumidos únicamente por mujeres de entre 25 y 34 años, que o no consumen o consumen poco alcohol y que se encuadran en la clase media/media-baja.

3.5.- LAS CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN

En este capítulo intentaremos medir el recuerdo existente entre la población de las diferentes campañas contra tabaco, alcohol y droga que se hayan podido realizar en Cataluña, así como la opinión sobre las mismas.

Al margen de lo referido a las campañas, hemos recabado la opinión de los entrevistados a cerca de si son o no partidarios de la toma de acciones legislativas por parte de la administración para restringir el consumo tanto del tabaco como el del alcohol.

Los datos obtenidos los expondremos en tres epígrafes según se trate de cada uno de estos productos.

3.5.1.- CAMPAÑAS ANTITABAQUICAS

Preguntada la muestra si recordaba alguna campaña de este tipo en los últimos años, obtuvimos los siguientes datos:

	TOTAL	%
Si.....	852	56,8
No.....	648	43,2
BASE.....	1500	

Esto es, más de la mitad de la población recuerdan alguna campaña contra el tabaco. Este recuerdo es mayor:

- . En hombres que en mujeres
- . En los segmentos más jóvenes y estratos sociales más elevados de la población

- . Según toma mayor intensidad el hábito de fumar
- . Lo mismo sucede cuando los consumos son el alcohol y drogas
- . En municipios mayores de 400.000 habitantes

En cuanto al lugar o medio en el cual estas campañas fueron vistas tenemos:

	TOTAL	%
Televisión..	527	61,9
Carteles....	399	46,8
Folletos....	153	18,0
Radio.....	74	8,7
Periódicos..	22	2,6
Otros medios	58	6,8
BASE: Recuerdan campañas 852		

Así vemos que el medio en donde se vieron mayoritariamente estas campañas es la televisión y tiene más repercusión en:

- Mujeres que en hombres
- Segmentos más maduros (45 a 65 años)
- Status inferiores
- En habitat menores que Barcelona

El otro soporte más importante son los carteles, aunque en este caso no llega a ser mayoritario. Estos carteles obtienen mayor recuerdo en:

- Hombres que en mujeres
- En población más joven
- Notablemente en clases superiores
- Fumadores (habituales y ocasionales)
- Barcelona respecto a los otros habitats

Las opiniones acerca de estas campañas son:

	TOTAL	%
Útiles.....	1167	77,8
Inútiles.....	302	20,1
Contribuyen a dejar de fumar.....	990	66,0
No contribuyen.....	458	30,5
Se deberían poner en marcha más campañas.....	1252	83,5
No se deberían hacer campañas.....	210	14,0
BASE: (TOTAL).....	1500 individuos	

Está claro que las campañas son consideradas como útiles por una amplia mayoría (3 de cada 4) de los entrevistados. En cambio su inutilidad es más marcada entre los muy jóvenes y los consumidores de droga (superior en ambos casos al 32%).

Para las dos terceras partes de la población estas campañas contribuyen a abandonar el hábito, opinión más difundida entre los segmentos más maduros de la población y en fumadores. Contrariamente los muy jóvenes, las clases acomodadas y los consumidores de drogas opinan de forma inversa.

A excepción de los jóvenes, de los consumidores de droga y los fumadores ocasionales (que lo hacen de forma más reducida), la población es muy partidaria de que se realicen más campañas.

Por último un amplio sector (65,9%) se declaran partidarios de acciones legales para la reducción del hábito. Este sentir se hace más patente en :

- . Mujeres
- . Personas de mayor edad
- . Y no fumadores

En cambio los fumadores (diarios y ocasionales), muy consumidores de alcohol y los consumidores de droga, no son tan partidarios.

3.5.2.- CAMPAÑAS ANTIALCOHOLICAS

Sobre el recuerdo de campañas contra el alcohol se han obtenido los siguientes resultados:

RECUERDAN ALGUNA CAMPAÑA CONTRA EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS?

	TOTAL	%
Si.....	779	51,9
No.....	721	48,1
BASE:	1500	

Observamos que algo más de la mitad de la muestra recuerda haber visto u oído alguna campaña antialcohólica. Existe un mayor recuerdo en:

- Hombres que en mujeres
- Consumidores de altas cantidades de alcohol
- Consumidores de droga
- En Barcelona respecto a otros habitats y provincias

También llama la atención el escaso recuerdo obtenido en Gerona (20,9%).

Reseñar también que el recuerdo de campañas antialcohólicas se ha incrementado significativamente (+13,8 puntos) en el 86 con respecto al 82.

En cuanto a lugar o medio donde estas campañas se vieron, tenemos los siguientes datos:

	TOTAL	%
Televisión...	692	88,8
Carteles.....	203	26,1
Folletos.....	46	5,9
Radio.....	70	9,0
Periódicos...	8	1,0
Otros.....	5	0,6

Se observa más claramente que en el caso del tabaco, la preponderancia que tiene la televisión como vehículo de difusión de información preventiva como lo demuestran que el 88,8% de quienes recuerdan campañas antialcohólicas, las hayan visto en televisión. Este medio adquiere aún más importancia en los siguientes segmentos:

- Población de edades entre 45 y 65 años
- Estratos sociales más bajos
- Exfumadores y no fumadores
- No consumidores de alcohol y de drogas

En cambio los carteles parecen haber calado algo más hondo en:

- Los muy jóvenes
- Las clases sociales elevadas
- Consumidores de alcohol y drogas
- En Barcelona que en el resto de las ciudades

Las opiniones acerca de las campañas antialcohólicas son las siguientes:

	TOTAL	%
Útiles.....	1198	79,9
Inútiles.....	275	18,3
Eficaces para que se beba menos.....	1051	70,1
Ineficaces.....	409	27,3
Debían hacerse más campañas.....	1287	85,8
No se deberían hacer campañas.....	179	11,9
BASE TOTAL.....	1500 individuos	

Según estos datos una gran mayoría las encuentran de utilidad y piensan que son eficaces para disminuir el consumo de alcohol. Estas opiniones favorables se hacen más intensas en :

- Edades comprendidas entre 35 y 54 años
- Exfumadores
- No consumidores de tabaco, alcohol y droga
- Habitats inferiores a Barcelona

En el caso contrario encontramos a :

- Jóvenes de 15 a 24 años
- Fumadores (diarios y ocasionales)
- Consumidores de mucho alcohol y de droga

Un porcentaje superior al 85% de la muestra opina que se deberían hacer más campañas. Sin embargo, existen sectores más críticos que piensan aunque de manera en absoluto mayoritaria que no deberían hacer se campañas. Estos sectores son: los muy jóvenes y los consumidores de droga.

Por último nos queda saber si la población es partidaria de que se tomen medidas legales para disminuir el consumo de alcohol. En este sentido diremos que algo más de las dos terceras partes están a favor de las acciones legislativas. Sin embargo y al igual que sucedía en el tabaco hay quienes manifiestan una disconformidad más acusada frente al resto de la población; estos individuos forman parte de :

- Los segmentos más jóvenes
- Los fumadores (diarios y ocasionales)
- Consumidores de grandes cantidades de alcohol
- Consumidores de droga
- La población de Barcelona capital

3.5.3.- CAMPAÑAS CONTRA EL CONSUMO DE DROGA

Por último mediremos el recuerdo que la población tiene sobre campañas contra la drogadicción. En este sentido tenemos los siguientes datos:

RECUERDA ALGUNA CAMPAÑA CONTRA EL CONSUMO DE DROGAS?

	TOTAL	%
Si.....	1144	76,3
No.....	356	23,7
BASE.....	1500	

Se observa un alto grado de recuerdo, ya que más de las tres cuartas partes de la muestra así lo afirman. Este recuerdo es más intenso en:

- Hombres que en mujeres
- Jóvenes (15 a 34 años)
- Clases superiores
- Fumadores diarios
- Consumidores de drogas
- En Barcelona tanto como ciudad como provincia

Los medios en los que estas campañas han gozado de mayor audiencia, han sido:

	TOTAL	%
Televisión.....	1051	91,9
Carteles.....	334	29,2
Folletos.....	158	13,8
Radio.....	113	9,9
Periódicos.....	34	3,0
Otros	34	3,0
BASE: recuerdan campañas 1144		

Como se puede observar, casi la totalidad de quienes recuerdan campañas antidroga, las vieron en televisión.

De forma ya más reducida, también se recuerda en carteles y folletos, sobre todo en jóvenes, clases superiores, fumadores habituales y en Barcelona.

Por último analizaremos la repercusión que tienen las campañas contra la droga:

	TOTAL	%
Son útiles.....	418	27,9
Son inútiles.....	74	4,9
Aumentan el nivel de información.....	686	45,7
Contribuyen a prevenir el consumo.....	242	16,1
Crean más expectativas de consumo.....	43	0,9
Otras.....	10	0,7
BASE.....	1500	

Casi la mitad de la muestra piensan que aumentan el nivel de información; esta opinión está más extendida en :

- . Mujeres
- . Clase alta
- . Jóvenes
- . Fumadores ocasionales
- . Consumidores de analgésicos y tranquilizantes
- . Consumidores de droga

También existe una consideración de "útiles" y de contribuir a la "prevención" del consumo por parte de la muestra aunque no llega a tener la importancia que se le atribuye como "informativa".

Como contrapunto, observamos que un 2,9%, consideran que estas campañas crean más expectativas de consumo y que un 4,9% las considera inútiles. Esta idea se manifiesta en mayor medida en los mismos segmentos que estamos percibiendo a lo largo de este capítulo como más negativos o menos positivos frente a las campañas. Estos son:

- . Jóvenes
- . Fumadores (diarios y ocasionales)
- . Consumidores de alcohol en grandes cantidades
- . Consumidores de droga

4.- SINTESIS Y CONCLUSIONES

- Se ha realizado un sondeo mediante la aplicación de una encuesta a 1.500 personas, seleccionadas por el sistema proporcional estratificado aleatorio entre la población adulta (15-65 años) de CATALUNYA en sus diversas provincias y niveles de habitat para establecer un seguimiento de la evolución de los hábitos y actitudes de este colectivo respecto del tabaco, el alcohol y la droga.
- Los resultados más salientes de la sección tabaco son:
 - . El número de fumadores "actuales" es de 40,4%. Su pone un ligero aumento sobre 1982, pero si se tienen en cuenta 9 criterios de catalogación distintos, que se han utilizado en ambas olas, el ascenso en el hábito de la mujer, etc., la situación es de estabilidad, o incluso de decrecimiento del hábito, resulta do imputable a las acciones y campañas realizadas al respecto.
 - . Se percibe subjetivamente por la población un descen so en los hábitos tabáquicos.
 - . Se retrasa la edad del comienzo del hábito en 1986, por comparación al '82.
 - . El consumo de tabaco se localiza en 1986 más en cigarrillos con filtro y de menor riesgo.
 - . Se inhala menos el humo actualmente que en 1982, pe ro se "apura más" el cigarro al usar para medir esto último un criterio nuevo. Se dan aproximadamente 12 caladas por cigarrillo.
 - . Se piensa más actualmente en abandonar el hábito. Cuando se consigue de hecho abandonar el hábito, la pauta exitosa más común es el abandono total y repen tino.

- . No se observan variaciones en la incidencia de la prescripción médica contraria al tabaco entre 1986 y 1982.
- . Aunque no aumenta la "preocupación" por los efectos del tabaco en el intervalo, que además es nula en un 47% de los fumadores, las actitudes se han transformado en más negativas durante este intervalo temporal de cuatro años.
- Los resultados más salientes de la sección de consumo alcohólico son:
 - . Disminuye la frecuencia de consumo, y aumenta hasta un 38,8% el número de población quasi abstemia total.
 - . Disminuye igualmente las cantidades ingeridas en 1986 respecto de 1982, y se mantienen sin embargo las "pautas" de consumo conocidas.
 - . El grupo de alto riesgo por su consumo alcohólico pasa de ser el 3,7% en 1982 al 2,5% en 1986. Pero es los consumidores del '86 toman todavía más alcohol semanal que sus homólogos de 1982.
 - . En un análisis de las fuentes del consumo alcohólico, se establece que el VINO participa en un 55% en estos consumos (en unidades de cc. de alcohol puro). Disminuye la cerveza, excepto en la submuestra de jóvenes. y disminuye el consumo de whisky, pero no así el de otros alcoholes fuertes.
 - . Se han estudiado también los locales/ambientes de consumo, obteniéndose resultados paralelos a los de la ola de encuestas anterior.
 - . Se mantienen muy paralelos los motivos que llevan al consumo. Se observa, sin embargo, que en 1986 bajó algo el elemento evasivo en favor del "organolépti-co".
 - . Disminuye o tienen muy poca importancia los conceptos míticos sobre estos productos, aunque todavía un 5,7% de la población piensa que son alimento. Aumen-ta hasta un 61,4% la opinión de que son drogas.

- Los resultados más salientes de la sección drogas son:
 - . Los datos de ambas encuestas no son comparables, de bido al cambio de sistemas en su obtención.
 - . Aunque la nueva formulación de las preguntas, a base de genéricos de familias de drogas, y no de concretos nombres comerciales, hace descender los porcentajes de consumo, al realizar una comparación global de población, se halla que un 11,1% es consumidora de drogas, aumentando más de 2 puntos respecto a 1982.
 - . La atribución del concepto de drogas, que supone a su vez un mayor conocimiento ha aumentado en 1986 con respecto a 1982.
 - . Se han estudiado hábitos y pautas de consumo especí-ficos de ciertas drogas. Los resultados son indicativos debido a las bases muestrales muy reducidas.
 - . Se observa en la población general no consumidora de drogas una actitud claramente negativa al respecto. No así entre los consumidores. Y se señala el aspecto de ENFERMO del drogadicto.
- Se han repetido, y se presentan en el informe, otra serie de indicadores epidemiológicos, y de actitudes ante las campañas de prevención realizadas.

