



Hábitos de consumo
de drogas, alcohol y tabaco entre
videojugadores y no videojugadores
(jóvenes y adultos)

Prof Dr. Antonio García Martínez
Departamento de Periodismo II de la
Facultad de Ciencias de la Información de la
Universidad Complutense de Madrid
13 de diciembre de 2007

Indice:

Introducción	3
Metodología	5
Cuestionario	5
PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL CONSUMO DROGAS-ALCOHOL-TABACO	6
Equipo Investigador	8
1.- Exposición de resultados	9
1.1.- CONSUMO DE DROGAS	9
1.1.1 Cannabis	10
1.1.2 Cocaína	10
1.1.3 Éxtasis	11
1.1.4 Anfetaminas	12
1.1.5 Alucinógenos	13
1.1.6 Heroína	13
1.2.- ENTORNO DE HÁBITO	14
1.3 CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	15
1.3.1 Cerveza	16
1.3.2 Vermut	17
1.3.3 Cubatas	17
1.3.4 Bebidas fuertes	18
1.3.5 Licores de frutas	19
1.4. EL ENTORNO DE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	19
1.5. CONSUMO DE TABACO	20
1.6. EL ENTORNO DE CONSUMO DE TABACO	21
1.7 PEGI (Pan European Game Information)	22
1.7.1. Conocimiento de PEGI	22
1.7.2. Acuerdo con la catalogación PEGI	23
2.- Conclusiones	25

Introducción

Hablar sobre las drogas es algo que no deja a nadie indiferente. Cada año cientos de folios se acumulan explicando una problemática social que tiene como punto culminante la exposición de una tragedia expuesta en cifras o representada en estadísticas. La importancia es tan relevante que la Unión Europea tiene establecido el *Observatorio Europeo de la Droga* para poder ofrecer de manera global el problema de las drogas a nivel europeo, de acuerdo a los datos facilitados por los distintos Estados miembros y Noruega, creada en 1993 y con sede en Lisboa.

En el informe del presente año se hace notar que la Comunidad Europea es el principal donante internacional en el apoyo al trabajo de la *Oficina de las Naciones Unidas contra la droga y el delito*, además de estar invirtiendo más de 750 millones de euros, en terceros países, en programas encaminados a reducir la oferta y demanda de droga.. Por lo que se refiere al consumo y de manera global, el del cannabis, en Europa, es inferior al de Estados Unidos, Canadá y Australia, el consumo de éxtasis es similar a nivel mundial, si bien destaca Australia como mayor índice, en cuanto a la cocaína los países que están en primer lugar, por lo que al consumo se refiere, Estados Unidos y Canadá.

La siguiente tabla extraída de los datos del informe nos da una idea más detallada de lo que nos estamos refiriendo.

	Prevalencia a lo largo de la vida	Consumo en los últimos 12 meses	Consumo en los últimos 30 días	Variación entre países consumo en los últimos 12 meses
Cannabis	70 millones, 1 de cada 5 europeos	23 millones de adultos	13 millones	Del 1% al 11,2%
Cocaína	12 millones, 4% de los europeos adultos	4,5 millones de adultos	2 millones	0,1% al 3%
Éxtasis	9,5 millones, 3% de los europeos adultos	3 millones	Más de 1 millón	0,2 % al 3,5%
Anfetaminas	11 millones, sobre el 3,5% de los europeos adultos	2 millones	Menos de 1 millón	Del 0,0% al 1,3%
Opiáceos	Entre 1 y 8 casos por 1000 adultos (entre 15 y 64 años)	Más de 7.500 muertes por intoxicación aguda	El 50% de los tratamientos solicitados provienen de esta droga	585000 consumidores recibieron tratamiento de sustitución en 2005

De entre estos datos globales merecen especial atención aquellos que se refieren a España. Teniendo que destacar muy considerablemente el consumo de cocaína, con el 2,6% de la población adulta, ello le hace ocupar, lamentablemente, el primer lugar entre los países de la Comunidad, un consumo una décima aún mayor que el de Estados

Unidos. Es decir, que de cada cinco consumidores de cocaína que hay en la totalidad de los países miembros uno vive en España. El informe de la *ONUDD*, también expone su preocupación por el incremento de opiáceos y muy concretamente con el aumento de la producción que se lleva a cabo en Afganistán. No obstante el informe destaca que “*Europa podría estar entrando en una etapa más estable*” por los índices que muestran el consumo de otras sustancias, no encontrándose entre ellas el éxtasis y las anfetaminas.

Francisco Pascual Pastor, subdirector del Hospital General de Elda (Alicante), durante su intervención en la octava edición de la Escuela de Otoño, que promueve la Asociación científica *SOCIDROGALCOHOL*, celebrada en Benidorm a primeros de noviembre pasado, también destacó que la droga más extendida entre los estudiantes de secundaria, después del cannabis, era la cocaína en polvo.

Videojuegos y drogas

Desde principios de los setenta en que hicieron su aparición en California los videojuegos, la curva ascendente, tanto en el plano económico y cultural, ha ido acompañada de un halo dudoso en cuanto al beneficio social añadido para quienes participan en su práctica. Tan es así, que es muy fácil encontrar titulares donde la problemática de la violencia, el sexo y las drogas esté en el mismo plano o se asocie con los videojuegos.

En España hay más de nueve millones de videojugadores y, el mayor porcentaje, está comprendido entre edades de 14 y 35 años. Este sector es el más sensible a las drogas debido al hecho que supone la obtención de la mayoría de edad unido a unos ingresos estables y a vivir en el seno familiar.

En la clínica Tavad, a cuyo frente está el Dr. Juan José Legarda (un psicólogo bilbaíno ubicado en Sevilla y cuyo método de desintoxicación ha sido incorporado por Alemania, Israel, México, Italia, Estados Unidos, han desarrollado entre otros métodos de tratamiento, un videojuego: “*Virtual Drug Use*”, al que se puede acceder en la red de forma gratuita, y que ha sido calificado como “*vacuna psicológica contra las drogas*”. Este videojuego probado con jóvenes de entre 12 y 17 años, de varios países, a los que les aplicó antes y después del juego un cuestionario, vertió unas conclusiones que son coincidentes con el trabajo que hoy presentamos: **no es posible mantener el control ni alcanzar un nivel ganador en el videojuego consumiendo drogas.**

Desde luego, este estudio que hoy presentamos no viene ser paladín de ninguna causa ni a establecer parangón alguno con otras culturas tal como pudiera ser su pariente la televisiva. El presente estudio: ***Hábitos de consumo de drogas, alcohol y tabaco entre videojugadores y no videojugadores***, está enmarcado en el propósito que desde hace dos años la *Asociación de Videojugadores* viene planteando a Instituciones docentes: llevar a cabo una serie de investigaciones científicas con el objeto de poder divulgar los resultados a sus socios y a la opinión pública.

Este trabajo “***Hábitos de consumo de drogas, alcohol y tabaco entre videojugadores y no videojugadores***”, realizado desde el *Departamento de Periodismo II de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense*, ha establecido sus conclusiones a través de los datos de más de dos mil encuestados y entre las mismas conviene destacar que no se demuestra una causa directa entre el videojuego y el consumo de drogas.

Metodología

La investigación se ha realizado mediante encuestas a través de un formulario Web tutelado a través de Internet y/o correo electrónico, entre un universo objetivo de usuarios.

Universo de la muestra: Hombres y mujeres residentes en España con acceso a Internet.

Recogida de datos: La encuesta estuvo activada: desde el 15 de junio al 3 de Diciembre de 2007.

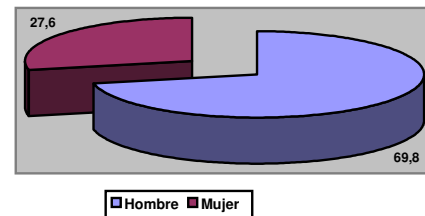
Los mayores porcentajes de datos provienen de una gran mayoría provincias españolas, entre ellas de: Madrid 24,6%, Barcelona 12,1%, Valencia 7,2%, Alicante 4,2%, Sevilla el 3,9%, Asturias, Cádiz, A Coruña, Murcia, Tarragona y Zaragoza se sitúan entorno al 2,5%. El resto oscila entre el 1,9% de Pontevedra y 0,1% de Ceuta.

Tamaño de la muestra: El total de las encuestas válidas fueron 2070, tomando para el error muestral la nominal de variabilidad desconocida ($p=q=50$), por lo que el error máximo está en un $\pm 2\sigma$, lo que representa un margen de confianza de un 95,5%.

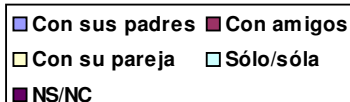
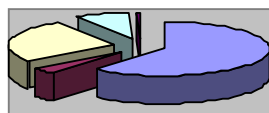
Cuestionario

Para el presente estudio se han tenido en cuenta los siguientes parámetros: **el sexo, edad, estado civil, el modo en que viven, trabajo y estudios.**

Por lo que respecta al sexo, el número de respuestas **masculinas son cercanas al 40% más que las conseguidas en las mujeres**, aún siendo un porcentaje significativo, comparado con la metodología similar en otros trabajos, podemos decir que **ha aumentado la participación femenina**, este dato es importante en el presente estudio toda vez que también en algunos informes recientes sobre drogodependencia, tales como el del *Instituto de la Mujer* o del *Observatorio Español sobre Drogas*, se hace mención explícita al consumo femenino y recomendaciones a la perspectiva de género, toda vez si se deja claro que el mayor porcentaje de consumidores se dan en los hombres son las mujeres quienes sufren más el estigma social.



Convivencia

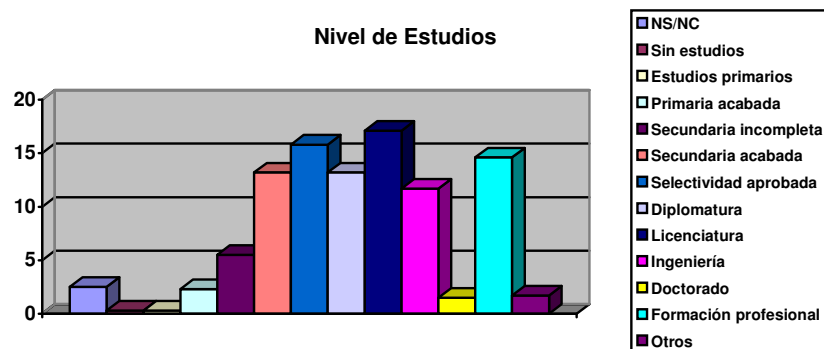


Del total de las encuestas válidas, 2070, el **41,2%** se encuentran en edades comprendidas entre los **18 y 24 años** y el **35,6%** entre los **25 a 34 años**, lo cual abarca el **77% del universo de la muestra.**

Del total, el **67,6%** son **personas solteras** (con o sin pareja) y el **25,7%** **casadas** (con o sin hijos), de ellos el **58,9%** **viven con sus padres**, el **25,1%** **con su pareja**, el **8%** **solos** y el **3,7%** **con amigos.**

Por lo que se refiere a los estudios cerca del **29% tienen una carrera universitaria** y el **15,8% están en la universidad**, el **14,6% tienen estudios de formación profesional**. Tan sólo un **10% de los encuestados se puede decir que no alcanzaron a completar una formación académica**, lo que no deja de ser una cifra importante.

Todos estos datos estadísticos entran en correlación con el propio núcleo del trabajo motivo de la investigación, el consumo de sustancias las cuales las hemos dividido en tres bloques, de una parte las denominadas **“drogas duras”**:



cocaína, éxtasis, alucinógenos, heroína, de otra las denominadas **“drogas blandas”**: vino, cerveza, vermut, cubatas, fuertes, licor de fruta, y -excepcionalmente- cannabis y la **“droga social”** por excelencia: tabaco. A su vez, al consumo le hemos referido **una causa asociada**, bien sea determinados locales, el quedar con los amigos, estar solo o al trabajo.

Las preguntas son pues de **relación directa entre el ocio y el consumo de sustancias nocivas** y contestadas por videojugadores. Así, toda vez que parte del tiempo dedicado al ocio se invierte en los videojuegos, y en las encuestas una gran parte de los participantes son videojugadores, las respuestas establecen unos datos muy fiables sobre si hay, o no hay, una relación directa entre el hábito de jugar y el del consumo de drogas.

Por último hemos incluido resultados sobre el **código PEGI**: como se sabe desde el 2003 la Unión Europea adoptó un nuevo código PEGI (*Pan European Game Information*) como indicador del contenido del videojuego. En esta investigación se constata que el conocimiento de tales distintivos es mucho mayor en los videojugadores que en quienes no lo son, asimismo se pone de manifiesto que los videojugadores están de acuerdo con esta catalogación, por lo tanto suelen hacer uso del mismo.

PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL CONSUMO DROGAS-ALCOHOL-TABACO

El consumo de drogas ha adquirido un volumen preocupante en la sociedad española mientras que el alcohol o el tabaco también son hábitos comunes.

En esta investigación tratamos de conocer en qué medida están extendidos estos consumos y con qué tipo de actividad se relaciona. Por eso pedimos rellenar el formulario con la mayor SERIEDAD.

DROGAS ¿Qué consumes y cuánto?

Consumo CANNABIS ...	Nunca	¿Con qué asociarías el consumo?
Consumo COCAINA ...	Nunca	Quedar con amigos <input type="checkbox"/> Quedar con amigos para para hablar <input type="checkbox"/> salir de copas <input type="checkbox"/>
Consumo EXTASIS ...	Nunca	

Consumo ANFETAMINAS ...	Nunca	Quedar con amigos para ir a una discoteca <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para jugar a videojuegos <input type="checkbox"/>
Consumo ALUCINOGENOS ...	Nunca	Quedar con amigos para escuchar música <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para ver cine <input type="checkbox"/>
Consumo HEROINA ...	Nunca	Estar sólo <input type="checkbox"/>	Trabajar <input type="checkbox"/>

ALCOHOL-copas ¿Qué consumes y cuánto?

Consumo VINO/CHAMPÁN	Nunca	¿Con qué asociarías el consumo?	
Consumo CERVEZA/SIDRA ...	Nunca	Quedar con amigos para hablar <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para salir de copas <input type="checkbox"/>
Consumo VERMUT/APERITIVOS ...	Nunca	Quedar con amigos para ir a una discoteca <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para jugar a videojuegos <input type="checkbox"/>
Consumo CUBATAS/COMBINADOS ...	Nunca	Quedar con amigos para escuchar música <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para ver cine <input type="checkbox"/>
Consumo LICORES FUERTES (Whisky, ginebra, tequila)...	Nunca	Estar sólo <input type="checkbox"/>	Trabajar <input type="checkbox"/>
Consumo LICORES FRUTAS ...	Nunca	Estar sólo <input type="checkbox"/>	Trabajar <input type="checkbox"/>

TABACO

Consumo de tabaco	Nunca	¿Con qué asociarías el consumo?	
Si es diario ...	Nunca	Quedar con amigos para hablar <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para salir de copas <input type="checkbox"/>
		Quedar con amigos para ir a una discoteca <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para jugar a videojuegos <input type="checkbox"/>
		Quedar con amigos para escuchar música <input type="checkbox"/>	Quedar con amigos para ver cine <input type="checkbox"/>
		Estar sólo <input type="checkbox"/>	Trabajar <input type="checkbox"/>

Equipo Investigador

Director del Proyecto

Prof. Dr. **Antonio García Martínez** (agama@ccinf.ucm.es) profesor titular de la Facultad de Ciencias de la Información Universidad Complutense. Especializado en tecnologías de la información escrita y multimedia.

Investigadores:

Prf. Dr. **Pedro Antonio Rojo Villada**, profesor titular de la Universidad de Murcia. Especializado en Tecnologías de la Información y Producción Informativa

Prof. **Jacinto Gómez**, profesor asociado del departamento de Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid. Especializado en Tecnologías de la Información.

Dña. Sonia Portillo Martínez. Responsable de procesos y procedimientos. Consultora internacional en proyectos de inversión y desarrollo económico, así como en proyectos internacionales dentro de la Red Académica y de Investigación Española.

1.- Exposición de resultados

Una vez tratados los datos facilitados en las 2070 encuestas obtenemos los siguientes resultados sobre los hábitos de consumo de drogas y alcohol entre videojugadores y no videojugadores.

1.1.- CONSUMO DE DROGAS

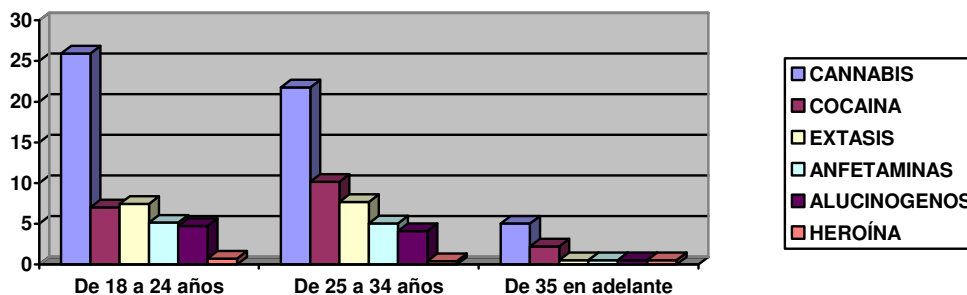
El consumo generalizado de las denominadas drogas duras tiene su mayor índice entre la población comprendida entre las edades de **los 18 a los 34 años** siendo la **cocaína** la sustancia más extendida entre la población..

DROGAS

	CANNABIS	COCAINA	EXTASIS	ANFETAMINAS	ALUCINOGENOS	HEROÍNA
De 18 a 24 años	25,91	7,03	7,45	5,15	4,74	0,74
De 25 a 34 años	21,75	10,16	7,68	5,07	4,10	0,41
De 35 en adelante	5,04	2,22	0,54	0,54	0,54	0,54

Respecto a **las drogas consultadas**, el mayor consumo es el de **cannabis** (droga “blanda”) y el menor consumo de **heroína** (droga “dura”).

Por edades, la franja de edad de mayor consumo en casi todos los productos es la de **18 a 24 años**, salvo en la **cocaína** –mayor consumo en la franja de 25 a 30 años- y el **éxtasis** – un poco más de consumo también en la franja de 25 a 30 años- , en la que declaran un mayor consumo la franja de **25 a 34 años**.



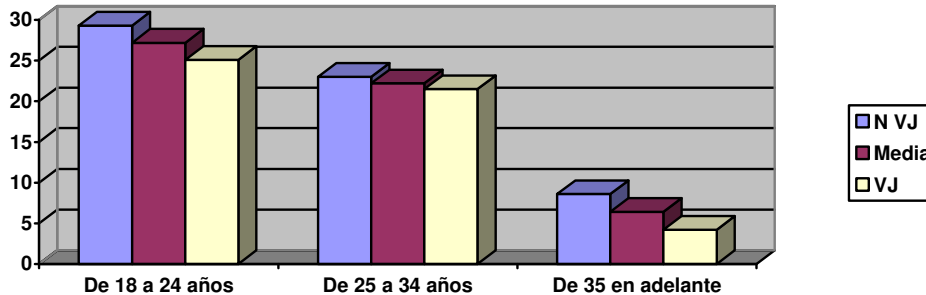
1.1.1 Cannabis

CANNABIS			
	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	29,3	27,2	25,1
De 25 a 34 años	23,0	22,2	21,5
De 35 en adelante	8,6	6,4	4,2

El cannabis es una droga “blanda”, pero con muy apreciables índices de consumo en nuestro país. Los mayores consumos de **cannabis** -tanto en videojugadores (VJ) como en no videojugadores (NoVJ)- se observan **entre los 18 y los 34 años**.

En todas las franjas de edad a partir de los 18 años el consumo entre los VJ es similar o menor que los de los NoVJ

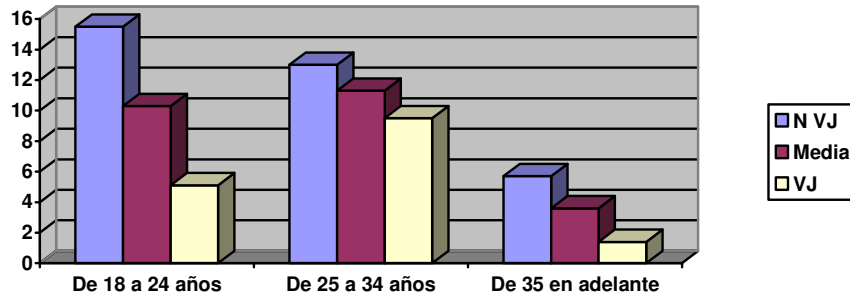
A partir de los 35 años el consumo de VJ y NoJV declarado es muy pequeño



1.1.2 Cocaína

La cocaína no es considerada una droga “blanda”, y está puesta de relieve como **la de mayor consumo en nuestro país en relación a los índices mundiales**, tiene como edad de referencia entre los encuestados los 18 años, estableciéndose una clara diferencia en beneficio de los VJ

COCAINA			
	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	15,5	10,3	5,1
De 25 a 34 años	13,0	11,3	9,5
De 35 en adelante	5,7	3,6	1,4



Los mayores consumos de **cocaína** -tanto en VJ como en NoVJ- se observan entre los **18 y los 34 años**

En todas las franjas de edad partir de los 18 años el consumo entre los VJ es similar o bastante menor que los de los NoVJ

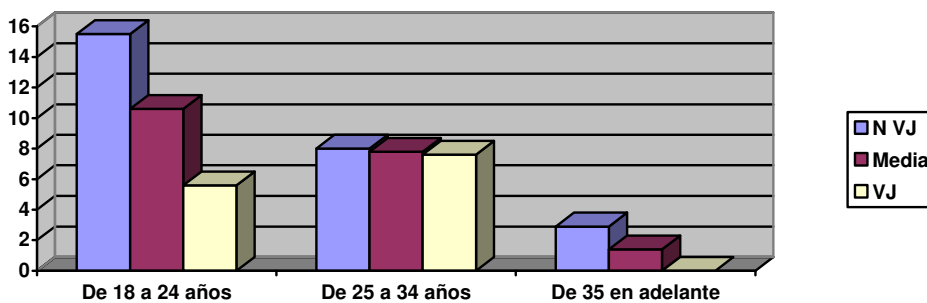
En particular el consumo de cocaína entre **VJ de la franja 18-24 años es muy inferior** (10.04 puntos menos) al consumo de los NoVJ.

A partir de los 35 años el consumo de VJ y NoJV declarado es muy pequeño. Pero menor todavía entre los VJ.

1.1.3 Éxtasis

EXTASIS

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	15,5	10,6	5,6
De 25 a 34 años	8,0	7,8	7,6
De 35 en adelante	2,9	1,4	0,0



Los mayores consumos de **éxtasis** -tanto en VJ como en NoVJ- se observan **entre los 18 y los 34 años**

En todas las franjas de edad a partir de los 18 años el consumo entre los VJ es similar o mucho menor que los de los NoVJ

En particular, los consumos de **éxtasis** declarados por los NoVJ de **18 años a 24 años** son bastantes mayores (casi 10 puntos más) que los de los VJ de esa misma franja.

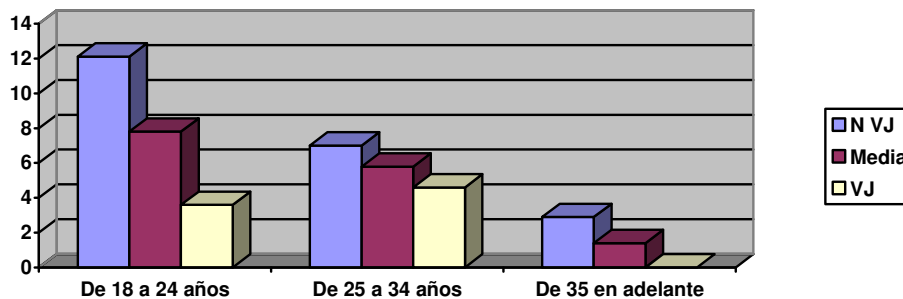
El consumo de **éxtasis** en la franja **25 a 34 años** entre VJ y NoVJ es menor que en la franja anterior de 18 a 24 años y muy ligeramente inferior entre los VJ.

A partir de los 35 años el consumo declarado de **éxtasis** de los NoVJ es muy pequeño y **nulo entre los VJ**

1.1.4 Anfetaminas

ANFETAMINAS

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	12,1	7,8	3,6
De 25 a 34 años	7,0	5,8	4,6
De 35 en adelante	2,9	1,4	0,0



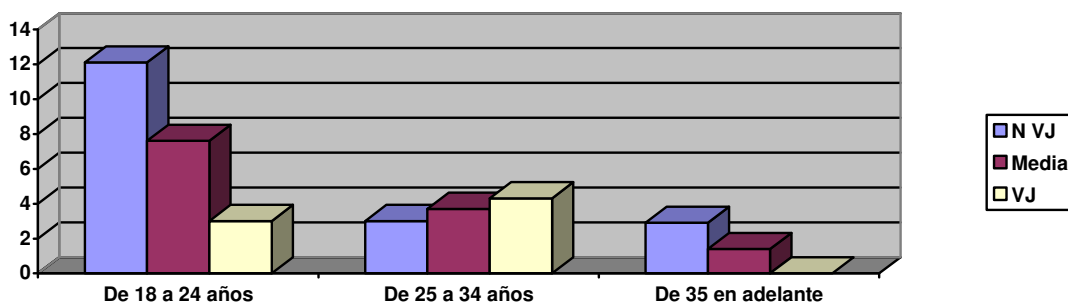
Los mayores consumos de **anfetaminas** -tanto en VJ como en NoVJ- se observan entre los **18 y los 34 años**

En todas las franjas de edad a partir de 18 años el consumo entre los VJ es menor o mucho menor que los de los NoVJ

En particular los consumos de **anfetaminas** declarados por los **NoVJ de 18 años a 24 años son bastante mayores** (casi 10 puntos más) que los de los VJ de esa misma franja.

A partir de los 35 años el consumo declarado de **anfetaminas** de los NoVJ es muy pequeño y **nulo entre los VJ**

1.1.5 Alucinógenos



ALUCINOGENOS

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	12,1	7,6	3,0
De 25 a 34 años	3,0	3,7	4,3
De 35 en adelante	2,9	1,4	0,0

Los mayores consumos de **alucinógenos** -tanto en VJ como en NoVJ- se observan entre los **18 y los 34 años**.

En otras las franjas de edad a partir de 18 años el consumo entre los VJ es menor o mucho menor que los de los NoVJ, **salvo en la franja de 25 a 34 años**.

Entre 25 y 34 años el consumo de alucinógenos entre VJ es **levemente mayor** (1,3 puntos más) que entre los NoVJ y **levemente mayor que la media** (0,1 puntos)

De **18 a 24 años** el consumo declarado entre los NoVJ es **bastante mayor** (9,1 puntos más) que el de los JV

A partir de los 35 años el consumo declarado de **alucinógenos** de los NoVJ es muy pequeño y nulo entre los VJ

1.1.6 Heroína

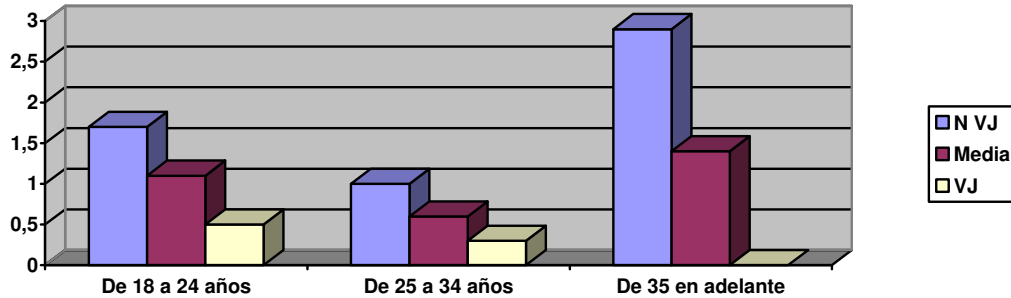
HEROÍNA

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	1,7	1,1	0,5
De 25 a 34 años	1,0	0,6	0,3
De 35 en adelante	2,9	1,4	0,0

Entre los consultados, **los consumos de heroína entre VJ y NoVJ están muy por debajo del consumo de otras drogas planteadas en el estudio**.

En todas la franjas de edad el consumo de heroína por parte de los VJ es menor que entre los NoVJ

De los **35 años en adelante** el consumo de heroína entre los NoVJ está algo por encima (2,9 puntos) del consumo de heroína entre los **VJ, cuyo consumo declarado en nulo**.



La plasmación gráfica puede resultar engañosa a primera vista pero, afortunadamente, los consumos de heroína entre VJ y NoVJ están muy por debajo del consumo de otras drogas planteadas en el estudio. Esto se aprecia con claridad en el cuadro general comparativo en todas las drogas consultadas desarrollo al principio del apartado drogas.

En los 18 a los 24 años el número de usuarios que han consumido es superior en los NoVJ que en los VJ. Sería interesante continuar estudiando esta situación para averiguar la causa de esta mayor exposición y, consecuentemente, consumo de esta droga.

El número de individuos que han probado la heroína es, lamentablemente, elevado en mayores de 35 años entre los NoVJ. Esta droga, muy cara, era muy común en los años 70; ¿son éstas secuelas de aquella “moda”? Por otra parte en esta franja de edad, los VJ declaran no consumir nada de heroína.

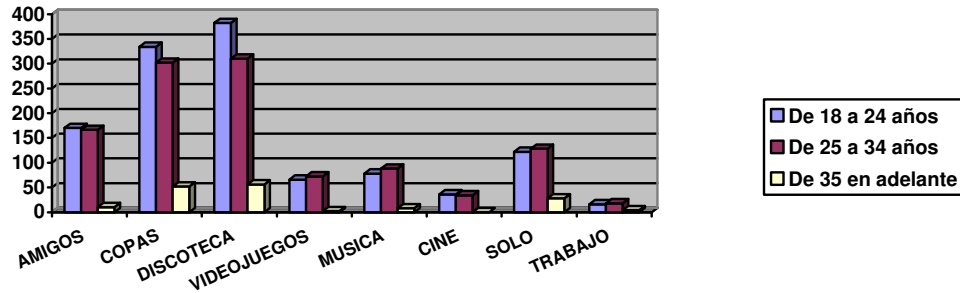
1.2.- ENTORNO DE HÁBITO

	AMIGOS	COPAS	DISCOTECA	VIDEOJUEGOS	MUSICA	CINE	SOLO	TRABAJO
De 18 a 24 años	170	334	382	66	78	36	122	16
De 25 a 34 años	166	302	310	72	88	34	128	18
De 35 en adelante	10	52	56	2	8	0	28	4

En todas las edades y tanto para los VJ como para los NoVJ, la **mayor asociación** con lugares de consumo de drogas se proyecta con la **discoteca** en primer lugar –en particular entre los encuestados de 18 a 24 años-, seguida de los **lugares de copas** y , en tercer lugar, con los **amigos**

En todas las edades y tanto para los VJ como para los NoVJ, los **videjuegos** están escasamente asociados por los encuestados con el consumo de drogas.

En todas las edades y tanto para los VJ como para los NoVJ, los **videjuegos** están situados por los encuestados detrás de la situación de **estar sólo** y de la **música** y sólo lo asocian por encima del **lugar de trabajo** y **el cine**.



Las relaciones de grupo parecen liderar la situación de consumo de droga. Efectivamente en **discotecas, lugares de copas y amigos**, aparecen como **lugares de socialización** y dado su aparente “valor” como establecimiento de intercambio y consolidación de la red relacional.

La respuesta por edad parece reforzar esta idea: la **franja de entre 18 y 34 años** no sólo poseen cierto poder adquisitivo sino es la franja en la que existe una cierta necesidad de socialización.

Por el contrario **videojuegos música y cine**, lugares no necesariamente grupales, **no propicia la asociaciones solicitadas** por parte de los encuestados.

En particular los **videojuegos casi no aparecen asociados con el consumo de drogas**.

Con esta respuesta, parece evidenciar que los videojugadores y no videojugadores “saben”, el escaso rendimiento intelectual y físico que, a medio y largo plazo establecen estos excitantes y su escaso “valor” como objeto de socialización en dichas situaciones

1.3 CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS

Pese a toda la campaña contra alcohol que se viene haciendo desde hace años, fueron muchos más las que estas sustancias encabezaban el monto de las campañas de marketing consiguiendo así una amplia aceptación social. Al no estar prohibidas y por lo tanto, el poder seguir consumiéndose de manera fácil, no es sencillo admitirlas en la clasificación de drogas.

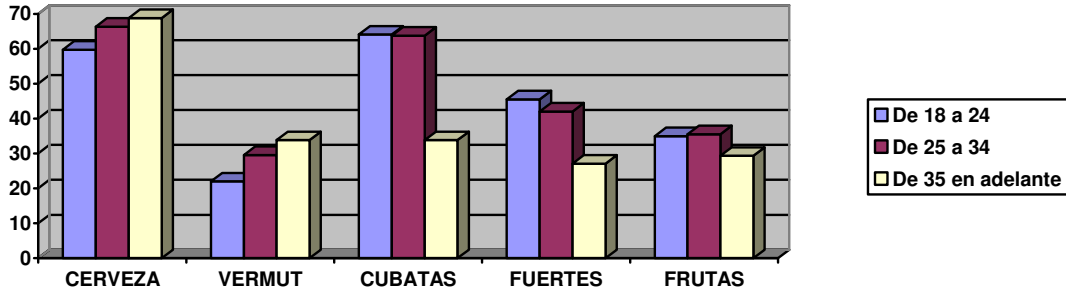
Por bebidas alcohólicas consultadas: Los **consumos mayores se dan en cerveza** seguida de **cubatas**.

ALCOHOL

	CERVEZA	VERMUT	CUBATAS	FUERTES	FRUTAS
De 18 a 24	59,71	21,99	64,07	45,55	34,98
De 25 a 34	66,33	29,56	63,75	42,00	35,53
De 35 en adelante	68,78	33,82	33,82	27,10	29,32

Por edades los **mayores consumidores** resultan ser los de la franja de edad entre **18 a 24 años** seguido muy cerca y en alguna bebida iguala o superada por la franja de **25 a 34 años**.

Por su parte, la franja de **mayores e 35 años destaca en el consumo de cerveza y vermut**.



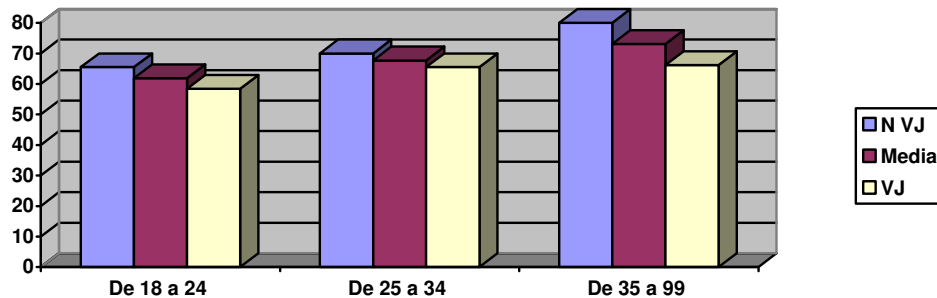
1.3.1 Cerveza

La cerveza, seguida de cubatas, es donde encontramos los **consumos mayores**. La cerveza se puede decir, dado el clima de nuestro país (especialmente en verano –precisamente la época del estudio y primavera) así como sus características (personalidad extrovertida, relaciones en la calle etc.) casi se la puede considerar una bebida nacional .

CERVEZA

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24	65,5	61,9	58,4
De 25 a 34	70,0	67,7	65,5
De 35 a 99	80,0	73,1	66,2

De los **18 años en adelante**, los consumos de cerveza entre los **NoVJ** son ligeramente superiores al consumo de los **VJ**.

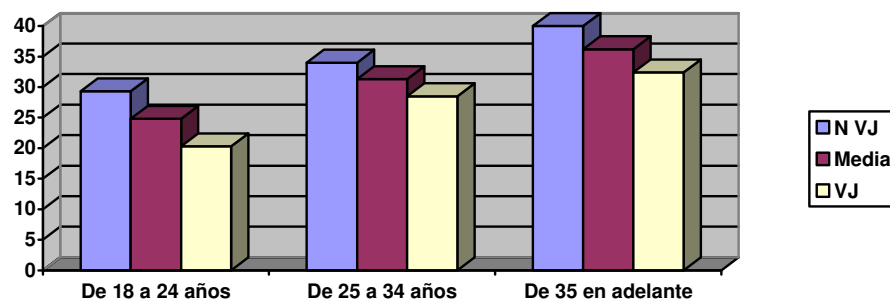


1.3.2 Vermut

Desde los 18 años en adelante, los consumos de vermut entre los NoVJ son ligeramente superiores al consumo de los VJ.

VERMUT

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	29,3	24,8	20,3
De 25 a 34 años	34,0	31,3	28,5
De 35 en adelante	40,0	36,2	32,4



1.3.3 Cubatas

El consumo de **cubatas** -tanto en VJ como en NoVJ- coincide en el rango de edades

En todas la franjas de edad el consumo de cubata por parte de los VJ es menor que entre los NoVJ

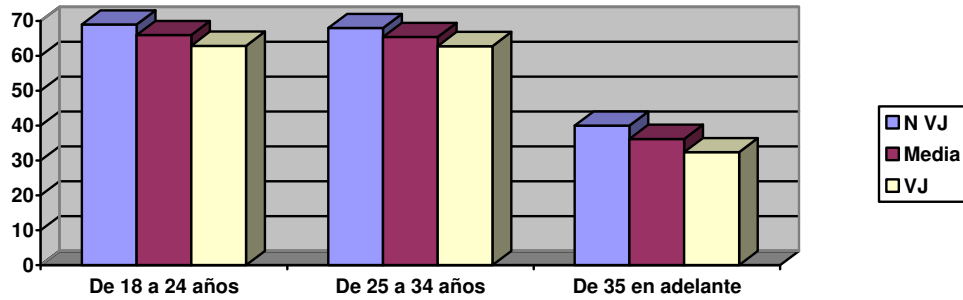
De los **18 años a los 34 años** se da consumo mayor de **cubatas** tanto entre los VJ como en los NoVJ

Entre los NoVJ los consumos en este rango de edad son ligeramente superiores al consumo de los VJ.

A partir de los 35 años el consumo de cubata desciende notablemente tanto entre los VJ como entre los NoVJ.

CUBATAS

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	69,0	66,0	62,9
De 25 a 34 años	68,0	65,4	62,8
De 35 en adelante	40,0	36,2	32,4



1.3.4 Bebidas fuertes

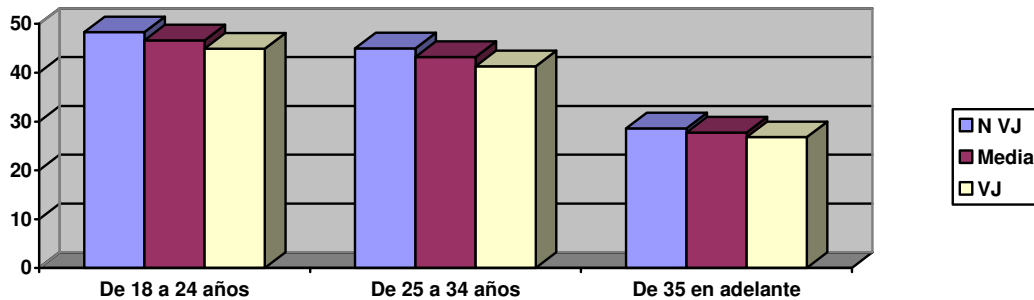
De los **18 años a los 34 años** se da consumo mayor de bebidas fuertes tanto entre los VJ como en los NoVJ

Entre los NoVJ los consumos en este rango de edad son ligeramente superiores al consumo de los VJ.

A partir de los 35 años el consumo de cubata desciende notablemente tanto entre los VJ como entre los NoVJ,

BEBIDAS FUERTES

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	48,3	46,6	44,9
De 25 a 34 años	45,0	43,2	41,3
De 35 en adelante	28,6	27,7	26,8



1.3.5 Licores de frutas

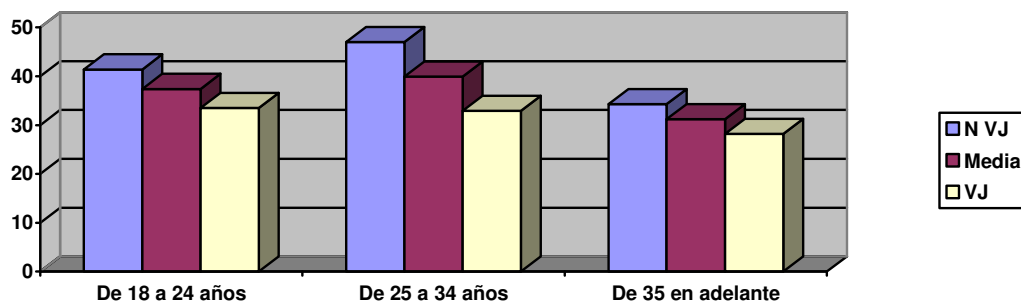
De los **18 años a los 34 años** se da consumo mayor de **licores de frutas** tanto entre los VJ como en los NoVj

Entre los NoVJ los consumos de licores de frutas, en este rango de edad, son algo superiores al consumo de los VJ -entre 14,9 puntos (18 a 24 años) y 7,9 puntos (de 25 a 34 años) de diferencia-

A partir de los 35 años el consumo de licores de frutas desciende tanto entre los VJ como entre los NoVJ,

LICORES DE FRUTAS

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	41,4	37,4	33,5
De 25 a 34 años	47,0	39,9	32,9
De 35 en adelante	34,3	31,2	28,2



1.4. EL ENTORNO DE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS

En todas las edades y tanto para los VJ como para los NoVJ, la mayor asociación con lugares de consumo de bebidas alcohólicas se proyecta con los **“lugares de copas”** en primer lugar –en particular entre los encuestados de 18 a 34 años-, seguida de los **discoteca** y, en tercer lugar, con los **amigos**.

En todas las edades y tanto para los VJ como para los NoVJ, los **videjuegos** están escasamente asociados por los encuestados con el consumo de bebidas alcohólicas. Siendo el salto desde el tercer lugar, en esta apreciación, mucho mayor que en el caso del consumo de drogas.

En todas las edades y tanto para los VJ como para los NoVJ, los **videjuegos** están situados por los encuestados a la par de la situación de la música, un poco por encima de **estar sólo**

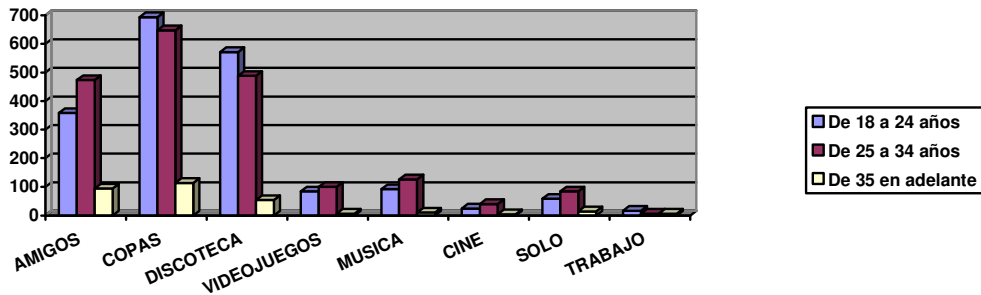
En el **lugar de trabajo** y en **el cine** apenas hay incidencia según los encuestados.

Tal y como decíamos respecto al lugares asociados al consumo de drogas por parte de los encuestados las relaciones de grupo parece liderar la situación de consumo de bebidas alcohólicas.

Una pequeña variante de interés es que los **lugares de copas** pasan a ser el primer lugar asociado (cuestión absolutamente lógica), en segundo lugar **discoteca** (en drogas estaba en primer lugar) y en

tercer lugar **amigos** (también en tercer lugar en drogas). Pero tanto en consumo de drogas como en el de bebidas alcohólicas, los tres lugares aparecen como lugares de socialización y dado su aparente “valor de cambio” en el establecimiento de intercambio y consolidación de la red relacional.

	AMIGOS	COPAS	DISCOTECA	VIDEOJUEGOS	MUSICA	CINE	SOLO	TRABAJO
De 18 a 24 años	378	388	360	204	200	134	308	220
De 25 a 34 años	374	386	342	180	190	126	294	194
De 35 en adelante	60	80	56	28	24	12	60	36

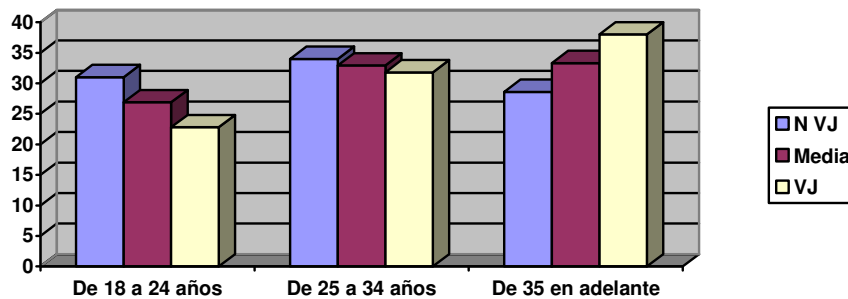


1.5. CONSUMO DE TABACO

El consumo del tabaco tiene prácticamente la **misma tendencia de datos** que el de bebidas alcohólicas.

TABACO

	N VJ	Media	VJ
De 18 a 24 años	31,0	26,9	22,8
De 25 a 34 años	34,0	32,9	31,8
De 35 en adelante	28,6	33,3	38,0



1.6. EL ENTORNO DE CONSUMO DE TABACO

Igual como ocurre con las bebidas alcohólicas, el tabaco ha gozado de un gran marketing y por ello de una gran aceptación social. Muchas marcas de tabaco han acompañado con su patrocinio a los grandes eventos deportivos y en no pocas ocasiones han contribuido en actos solidarios. Si además se le añade el halo que acompaña al tabaco, resulta difícil establecer una relación directa con el perjuicio de la droga y por lo tanto darle tal consideración, máxime cuando, al igual que ocurre con las bebidas alcohólicas se siguen vendiendo de manera libre a la par que suponen una buena fuente de ingresos para las arcas del estado dado el alto gravamen con que están “penalizados” tanto uno como otro.

De los datos obtenidos se aprecia que en cualquier franja de edad tanto para VJ como para NVJ, la asociación va hermanada con el consumo de bebidas alcohólicas y por lo tanto son coincidentes las causas,

En todas las edades y tanto para los VJ como para los NoVJ, la mayor asociación con lugares de consumo tabaco se proyecta con los “**lugares de copas**” en primer lugar –en particular entre los encuestados de 18 a 34 años-, seguida muy de cerca por **lugares con amigos** (segundo lugar) y por la **discoteca** (tercer lugar).

A una cierta distancia, en cuarto lugar, aparece el consumo de tabaco asociado con la situación de **estar solo** y en quinto con el **trabajo**.

Los **videojuegos** aparecen en sexto lugar casi a la misma altura que la **música** (séptimo) y un poco por encima del **cine** (octavo y último lugar)

	AMIGOS	COPAS	DISCOTECA	VIDEOJUEGOS	MUSICA	CINE	SOLO	TRABAJO
De 18 a 24 años	378	388	360	204	200	134	308	220
De 25 a 34 años	374	386	342	180	190	126	294	194
De 35 en adelante	60	80	56	28	24	12	60	36

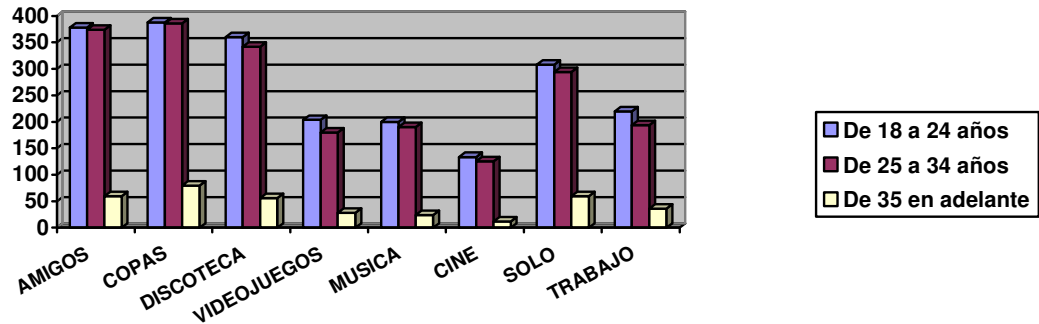
El tabaco es en nuestra sociedad un excitante que se puede consumir individualmente, pero que diversos estudios han señalado que “motiva”, “impulsa”, “desinhibe”... las relaciones en grupo. Esto es, **se pueden establecer un cierto paralelismo en estas funciones a las drogas y a las bebidas alcohólicas.**

Así, no nos sorprende el resultado respecto a los lugares asociados por los encuestados con el consumo de tabaco: de nuevo las relaciones de grupo parece absorber la situación de su consumo.

Amigos, copas y discotecas vuelven a liderar los lugares asociados al consumo. Las pequeñas variantes son las siguientes:

- Los **lugares de copas** aparecen en primer lugar (en lugares asociados a bebidas alcohólicas también en lugar 1º, aunque en drogas aparece en 2º lugar ,),
- En segundo lugar **amigos** (en lugares asociados a drogas y a bebidas alcohólicas estaba en 3º lugar)
- **Discoteca** en tercer lugar (en lugares asociados a drogas estaba en 1º lugar y en lugares asociados a bebidas alcohólicas estaba en 2º lugar).

Pero tanto en consumo de drogas como en el de bebidas alcohólicas, y en consumo de tabaco **los tres lugares aparecen como lugares de socialización y dado su aparente “valor” en el establecimiento de intercambio y consolidación de la red relacional.**



1.7 PEGI (Pan European Game Information)

1.7.1. Conocimiento de PEGI

No Videojugadores	No	Sí
	36,63	61,39

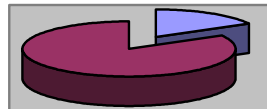
Conocimiento de PEGI entre NO Videojugadores



■ No
■ Sí

Videojugadores habituales	No	Sí
	16,67	82,19

Conocimiento de PEGI entre Videojugadores



■ No
■ Sí

Tanto entre VJ como entre los NoVJ existe un **amplio conocimiento del código PEGI** (cercano al 75%)

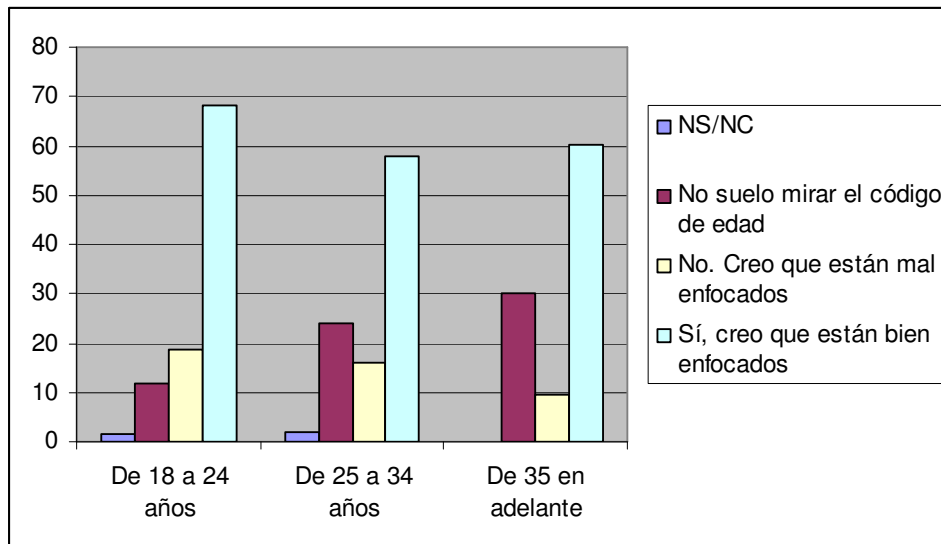
Este **conocimiento es mucho mayor entre los VJ habituales** (82,19%)

En cierta medida **tranquiliza un poco** el que el 82,19% de los jugadores conozca el código PEGI y que entre los no jugadores que este porcentaje alcance 61,39%. Unas **cifras superiores a las de años atrás.**

Esto no significa que no haya que **seguir trabajando en publicitar este código** así como para que la administración pública lo asuma en mayor medida, ayudando a su divulgación tanto como a su defensa.

1.7.2. Acuerdo con la catalogación PEGI

De 18 a 24 años	NS/NC	1,37
	No suelo mirar el código de edad	11,75
	No. Creo que están mal enfocados	18,58
	Sí, creo que están bien enfocados	68,31
De 25 a 34 años	NS/NC	1,88
	No suelo mirar el código de edad	23,92
	No. Creo que están mal enfocados	16,13
	Sí, creo que están bien enfocados	58,06
De 35 en adelante	No suelo mirar el código de edad	30,14
	No. Creo que están mal enfocados	9,59
	Sí, creo que están bien enfocados	60,27



Los que no suelen mirar el código PEGI incluido en todos los productos comercializados es, en general, bastante bajo:

- Alrededor del **30 %** entre los **mayores de 35 años**
- Casi el **24%** entre **25 a 34 a años**

El acuerdo con el código de catalogación por edades y temas PEGI, es masivo:

- Entre el **80 y el 100%** en de **0 a los 13 años**
- Superior al **60%** en el resto de edades de **14 a más de 35 años**

Muy poco adultos piensan que están mal enfocados: sólo el 16,13% de la franja 25-34 años, y un escaso 9,59% de la franja de más de 35 años.

El **reconocimiento de la seriedad y garantía del código PEGI** empieza a ser masivo. En todas las edades **superior al 60%**. Nos congratulamos que esta iniciativa no gubernamental –de empresas privadas que voluntariamente plantean una clasificación de

contenidos a una institución independiente, apoyada por el Parlamento Europeo y de ámbito internacional-, vaya teniendo la consideración que merece.

El que el **30,14% de los mayores de 35 años** (padres y abuelos) **no suele mirar el código PEGI es muy preocupante**. Sobre todo si tenemos en cuenta que muy posiblemente –no tenemos estudios en España al respecto pero sí en otros países- son los que además que puedan compra para sí, compran para regalar a terceros menores de edad.

Este hecho es de especial relevancia cuando se tiene en cuenta que, en estas fechas, las Navidades, son los padres y familiares los que regalan videojuegos y **deberían conocer este código para tener una información completa de lo que regalan**.

Este **porcentaje decrece** hasta un **23,92%** en el caso de los **adultos de 25 a 34 años**, pero desde nuestro punto de vista sigue siendo demasiado alto para proceder de adultos responsables.

2.- Conclusiones

Estudiados los datos obtenidos en las encuestas realizada para establecer los hábitos de consumo de drogas y alcohol entre videojugadores y no videojugadores, establecemos las siguientes conclusiones:

1. Los videojugadores tienen, por regla general, un hábito de consumo de drogas, de alcohol y tabaco ligeramente inferior al de los no jugadores.

2. En cuanto a la asociación de hábito, son las discotecas y los lugares de copas los se sitúan en los lugares más altos tanto en asociación con el consumo de drogas como en consumo de alcohol y de tabaco

La tercera fuente de entorno del hábito se sitúan a los amigos

3. Jerárquicamente los videojuegos, tanto para videojugadores como para los no videojugadores, aparecen escasamente asociados con el consumo de drogas, de alcohol.

El ocio de los videojuegos parece ser suficientemente gratificante en sí mismo. Así, por ejemplo, las reuniones de videojugadores suelen estar exentas de la presencia de alcohol y drogas.

Por otra parte los niveles de atención, de destrezas y de superación personal que el videojuego requiere puede ser otro factor que “aconseje”, una vez experimentado la novedad, alejarse de estos hábitos de excitación externa.

4.- El consumo de tabaco es, respecto a la edad, progresivamente ascendente.

Entre los NoVJ - observado en casi todos los consumos de excitantes a los 18-24 años, estabilidad alta entre los 25-34 años y descenso de 35 años, incluso situándose por debajo del consumo de los VJ. Esto, en gran medida se podría explicar por su potente asentamiento social.

5.- Entre los 18 a 24 años el número de usuarios que han consumido cocaína, es superior en los no videojugadores que en los videojugadores.

Habría que continuar estudiando esta situación para averiguar con mayor precisión cual es la causa de esta mayor exposición y, consecuentemente, del consumo de esta droga.

6.- Heroína. Si bien tiene un consumo mucho menor que el resto de sustancias, el número de individuos que han probado la heroína es, lamentablemente, elevado en mayores de 35 años.

Una cultura hoy de la marginalidad pero quizás exaltada en los años 70.