

Del “decí que no...” al “sabías que...?” :

ciencia y políticas públicas
para la prevención del
consumo de alcohol en jóvenes.

Compiladores:
Ricardo Pautassi
Pablo Bonino

Pautassi, Ricardo Marcos

Del decí que no al ¿sabías que...? : ciencia y políticas públicas para la prevención del consumo de alcohol en jóvenes / Ricardo Marcos Pautassi ; Pablo Martín Bonino ; contribuciones de Angelina Pilatti ... [et al.] ; compilado por Ricardo Marcos Pautassi ; Pablo Martín Bonino ; prefacio de Darío Gigena Parker ; prólogo de Francisco Fortuna ; Carlos Walter Robledo. - 1a ed. - Córdoba : Ricardo Marcos Pautassi, 2020.

80 p. ; 23 x 15 cm.

ISBN 978-987-86-3346-6

1. Adolescencia. 2. Alcohol. 3. Ambiente Educativo. I. Pilatti, Angelina, colab. II. Bonino, Pablo Martín, comp. III. Gigena Parker, Darío, pref. IV. Fortuna, Francisco, prolog. V. Robledo, Carlos Walter, prolog. VI. Título.

CDD 155.51

Título: Del “decí que no” al “sabías que...?": ciencia y políticas públicas para la prevención del consumo de alcohol en jóvenes.

Prefacio: Darío Gigena Parker.

Prólogos: Fortuna Francisco y Walter Robledo.

Autores y compiladores: Pautassi, Ricardo Marcos. Bonino, Pablo Martín

Contribuciones de: Pilatti, Angelina. Michelini, Yanina. Rivarola Montejano, Gabriela. Badino, Manuel. Pautassi, Ricardo Marcos. Bonino, Pablo Martín.

Diseño editorial: Jeremias Arguinzoniz.

Ilustrador: Ignacio Maiocco.

Edición y revisión: Natalia Asselle.

Capítulo 3

Aplicando el enfoque de normas sociales para la prevención del consumo de alcohol:

una pequeña guía de acción

Autores: *Ricardo Pautassi, Angelina Pilatti, Yanina Michelini y Gabriela Rivarola-Montejano*

En el capítulo precedente describimos las diferencias entre los abordajes preventivos clásicos y los basados en normas sociales. Estos últimos miden la conducta bajo análisis y generan la información que será devuelta a los receptores, en un proceso iterativo y auto-correctivo. En este capítulo, en tanto, describiremos en más detalles los pasos necesarios para aplicar un programa para reducir el consumo de alcohol, basado en el modelo teórico de las normas sociales. Los pasos, herramientas y enfoques que describiremos serán ejemplificados a partir del proyecto de intervención “¿Sabías que?” (Figura 3.1), pero pueden ser adaptados a proyectos particulares. Hacia el final del capítulo, en tanto, describiremos brevemente algunos resultados de este proyecto de intervención, que fue aplicado por un equipo integrado por miembros de la Secretaría de Prevención y Asistencia de las Adicciones del Gobierno de Córdoba y de la Universidad de Córdoba y el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. El proyecto fue aplicado en colegios y clubes de Córdoba Capital en 2019, y contó con financiamiento del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la provincia de Córdoba, y con el apoyo del Ministerio de Educación de la provincia de Córdoba.



Figura 3.1. Imágenes institucionales y logo del programa de intervención para reducir consumo de alcohol “¿Sabías Que?”, basado en normas sociales.



Ter Paso: Definir objetivos y plan de acción

El primer paso de la intervención propiamente dicha es definir en qué grupo voy a trabajar, porqué y con qué objetivo. Estas decisiones pueden obedecer a diversas razones, por ejemplo, puedo haber recibido un pedido por parte de directivos institucionales, o haber escuchado sugerencias de padres, estudiantes, o lineamientos de un plan provincial, municipal, etc. En algunas ocasiones puede que tenga cierta libertad para elegir el grupo a intervenir.

Por ejemplo, en el caso del proyecto “¿Sabías que?” tuvimos que decidir en qué curso del nivel secundario de educación intervendríamos para reducir el consumo de alcohol. Para tomar la decisión nos fue útil información –obtenida por miembros del equipo de trabajo en estudios previos (véase Figura 3.2)- en niños, niñas y adolescentes cordobeses. Ese trabajo indicaba que la prevalencia de uso de alcohol (ya sea alguna vez en la vida, o en los últimos 12 meses, o en los últimos 30 o 7 días) aumentaba bruscamente entre los 13 a los 15 años. Específicamente, hacia los 13 años menos del 20% de los adolescentes habían consumido alcohol alguna vez en el último mes. Sin embargo, aproximadamente un 60% lo había hecho para los 15 años. Es decir, esa conducta de consumo de alcohol había pasado de ser ejecutada por la minoría de la población, a ser ejecutada por la mayoría. Algo similar pasaba con las otras conductas medidas. Así entonces, decidimos que nuestro programa de intervención estaría dirigido a esa franja de edad, niños/as entre 13 a 14 años, y que nuestro programa tendría como metas reducir o poner un “freno” a ese aumento en el consumo.

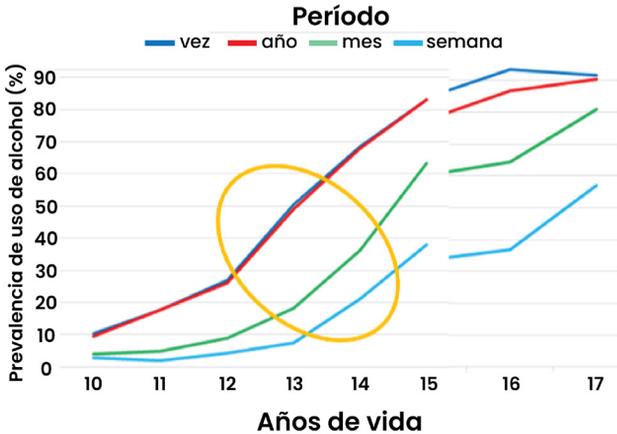


Figura 3.2. Prevalencia de uso de alcohol alguna vez en la vida, en el último año, mes o semana en función de la edad de los encuestados. Datos inéditos de Pilatti y colaboradores.

Esos fueron nuestros objetivos y nuestra forma de resolver, pero cada intento de aplicar un proyecto de normas sociales debe empezar por una discusión acerca de a quienes abarcar en el proyecto y para qué. Es importante que los objetivos sean especificados en términos claros y haciendo referencia a las variables que se intenta modificar. Por ejemplo, “reducir la cantidad de alumnos de 3er año que exhiben consumo semanal de alcohol” es un buen objetivo, claro y relativamente sencillo de medir; pero “contribuir a concientizar

sobre las consecuencias del consumo regular de alcohol” es un objetivo difuso y poco claro.

En este punto de trabajo, es importante involucrar a todos los actores institucionales que participarán del proceso, incluyendo los directivos del establecimiento educativo, deportivo o social. ¿Están ellos de acuerdo con la población adonde se aplicará el proyecto? ¿Y qué opinan del objetivo de la investigación? Nótese que, si bien desde un punto de vista sanitario “reducir” la cantidad de niños/as que consumen alcohol u otra sustancia puede ser un objetivo relevante, algunos padres o directivos pueden creer que el objetivo debiera ser mantener la abstinencia del consumo, por ejemplo. Estas posiciones deben ser discutidas tempranamente, en forma sincera abierta, hasta llegar a un acuerdo entre todos los actores institucionales y el equipo de trabajo. El capítulo del Lic. Badino describe más en detalle este proceso y otros relacionados.

Este puede ser un buen momento también para dejar sentado un “acuerdo institucional”, firmado por el director del equipo de intervención y el de la institución, donde quede claro lo que se espera de cada parte. Es común que el directivo institucional manifieste el interés por conocer los patrones de consumo de alcohol del curso o unidad donde se esté interviniendo. Si bien es entendible, es muy importante remarcar que el propósito de una intervención basada en normas sociales NO es recoger datos epidemiológicos sino reducir el consumo, y que los estudiantes o encuestados estarán dejando sus datos bajo la premisa y confianza que los mismos no se usarán más que para la creación de los materiales normativos que se emplearán en las sesiones de retroalimentación. Un objetivo muy importante es alcanzar y mantener la confianza de los estudiantes, por lo que hay que cumplir esa promesa y no divulgar datos sobre patrones de consumo de alcohol del grupo medido.

Es importante volver a remarcar la importancia de lograr el acuerdo institucional con los directivos antes de realizar la medición e intervención. Incluso se pueden mostrar materiales normativos y describir intervenciones hechas previamente –cuidando siempre de no nombrar las instituciones intervenidas– para evaluar si estarían conformes si algo similar se ejecuta en su institución. ¿Se sentirían cómodos si los participantes reciben mensajes como: “Ustedes creen que sus compañeros/as consumen 4 medidas de alcohol cada vez que consumen, pero ¿saben qué? En realidad, y de acuerdo a los resultados de la encuesta que hicimos, consumen 2 medidas”. Todos estos elementos deben ser discutidos antes y arribar a acuerdos que permitan la ejecución plena de la intervención.

2do Paso: Medir conductas de consumo de alcohol y creencias (nótese que en el último capítulo se presenta, de manera exhaustiva y detallada, las secciones de la encuesta y los tipos de preguntas a incluir)

El segundo paso implicar medir, lo más fielmente posible, 1-el consumo de alcohol de los/as participantes de la intervención y cuánto toma alcohol y 2-la percepción que estos/as participantes tienen sobre el consumo de sus compañeros/as (esto es, las creencias que tienen sobre el consumo de sus compañeros/as). Para eso nos serviremos de una encuesta. Es importante que la encuesta interrogue sobre una variedad de conductas de consumo (propias y percibidas en el grupo de pares) ya que esta información luego servirá como in-

sumo para armar una posterior intervención. La intervención se basa en las diferencias entre el consumo “real” de los/as participantes y el consumo “percibido”. Además, los datos obtenidos al aplicar la encuesta serán de utilidad para establecer una “línea de base” que luego podrá compararse con los datos obtenidos en encuestas que se apliquen, posteriormente, a los/as mismos/as participantes. Estas mediciones repetidas permitirán determinar si la intervención tuvo efecto.

Pero ANTES de ello debemos sortear varios pasos relevantes. En primer lugar, los/as participantes deben firmar un consentimiento informado en el cual acepten formar parte del proceso e indiquen conocer los pasos de dicho proceso. Para esto, la primera página de la encuesta debe contener información que explique el trabajo de investigación y que, además, solicite el consentimiento informado de participación en la investigación. Esto quiere decir que cada participante, antes de completar la encuesta, debe conocer: los objetivos de la investigación, el carácter voluntario de su participación, qué tareas o actividades implica participar del estudio, si hay -y cuáles son- los potenciales riesgos o beneficios, los datos de contacto de las personas a cargo de la investigación, y todo lo que se considere necesario para que el/la participante pueda tomar la decisión informada de participar o no de la investigación. Un elemento central es la confidencialidad de los datos: los/as participantes brindan sus respuestas bajo norma ética que implica que los datos no serán revelados a nadie y se manejarán de manera estrictamente confidencial. Esto es CENTRAL. Por último, se debe incluir una pregunta que indague si el/la participante acepta o no participar. Es importante que se dé opción a que el/la participante pueda responder, es decir, que pueda “indicar” activamente su respuesta sobre si desea participar o no. La información sobre el trabajo y el consentimiento informado son requerimientos éticos por lo que se deben incluir siempre que se realiza una investigación. Además, en los casos en que se trabaje con menores de edad, esta información también debe estar disponible para padres/madres/tutores, quienes deben dar su consentimiento (esto es, firmar una autorización) para que la persona a su cargo participe en la investigación. La autorización de padres/madres/tutores, previa al consentimiento de los/as participantes, no implica que los/as menores a su cargo sean forzados/as a participar. Sólo lo harán si, como ya se indicó, dan su consentimiento informado y voluntario a participar. En el anexo de este capítulo podrán encontrar un modelo de hoja de información y de consentimiento informado para participantes y otro para padres/madres/tutores.

Una vez logrados los consentimientos, podremos tomar las encuestas. Las mismas pueden ser tomadas en lápiz o papel o, lo que es aconsejable, pueden ser cargadas online en sistemas especialmente preparados para tomar encuestas, como Google Surveys. Estos sistemas online facilitan notablemente la toma y recolección de datos, pero, obviamente, requieren que la institución donde estamos trabajando cuente con aula de informática, lo cual no siempre es el caso. Al decidir sobre el tipo de indicadores de consumo a incluir, es importante diferenciar entre tres tipos de información sobre la conducta de consumo de alcohol: (I) la ocurrencia, esto es, SI HUBO O NO consumo; (II) la cantidad, es decir, CUÁNTAS MEDIDAS consumió; y (III) la frecuencia, o sea, CUÁNTOS DÍAS consumió. Asimismo, las preguntas pueden interrogar sobre la forma “habitual” de consumo (esto es, lo que ocurre la mayoría de las veces) o también puede centrarse en prácticas específicas de consumo como el Consumo Episódico Excesivo de Alcohol (CEEA, que ya fue definido en el capítulo previo, usualmente se lo clasifica como consumo 3-4 o 4-5 –dependiendo de sexo y edad– medidas

de alcohol en una misma y usualmente corta ocasión de consumo, 2h o menos) o el consumo hasta la ebriedad. Al igual que con las preguntas sobre consumo general o habitual de alcohol, podemos interrogar por la ocurrencia de CEEA o de consumo hasta la ebriedad y, también, preguntar por la frecuencia de estos consumos. La encuesta debería reflejar nuestros objetivos.

Es decir, si estamos interesados en intervenir sobre consumo episódico elevado de alcohol, pues bien deberemos indagar sobre si el encuestado hizo o no tal conducta, y qué piensa acerca de cuán extendida es esa conducta en sus compañeros y compañeras. Quizás estemos más interesados/as en medir la ocurrencia de borracheras. Más allá del tipo de indicadores a utilizar, es necesario que la encuesta incluya preguntas sobre el consumo propio del/la participante y sobre la percepción de los/as participantes del consumo de sus compañeros/as. Hay muchísimas decisiones que tomar aquí, pero una guía es que siempre las preguntas deben ser “en espejo”, es decir preguntar tanto por el consumo propio como por el de los compañeros y compañeras de curso. Para facilitar la comprensión del modo en que podemos obtener esta información, en el ANEXO se presenta una descripción detallada de cada una de las secciones de la encuesta, con sugerencias específicas del tipo de indicadores de consumo a incluir y de qué manera es conveniente realizar las preguntas para medir la percepción del consumo de los/as compañeros/as para que sean preguntas “en espejo” de aquellas utilizadas para medir el consumo propio. A modo de ejemplo, la Figura 3.3 presenta ejemplos de preguntas para medir el consumo propio y sus correspondientes preguntas en “espejo”.

Indicadores	Consumo Propio	Consumo de compañeros de curso
Ocurrencia último mes	En los ÚLTIMOS 30 DÍAS : ¿Tomaste UNA MEDIDA O MÁS de alcohol en una MISMA OCASIÓN?	Pensá en todos los COMPAÑEROS DE CURSO ¿ Cuántos de ellos tomaron UNA MEDIDA O MÁS de alcohol EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS?
Cantidad	En los ÚLTIMOS 30 DÍAS : cuando tomaste alcohol, en general ¿Cuántas medidas de alcohol tomás en una misma ocasión (una misma salida / juntada)?	Pensá en las veces que LOS COMPAÑEROS DE TU CURSO tomaron bebidas con alcohol en los ÚLTIMOS 30 DÍAS . Según lo que a vos te parece: ¿ Cuántas MEDIDAS de alcohol tomaron en CADA OCASIÓN DE CONSUMO (misma salida / juntada)?
Frecuencia	En los ÚLTIMOS 30 DÍAS : ¿ Cuántos días tomaste UNA MEDIDA O MÁS de alcohol en UNA MISMA OCASIÓN?	Según lo que a vos te parece sobre LOS COMPAÑEROS DE TU CURSO: en los ÚLTIMOS 30 DÍAS : ¿ Cuántos días tomaron UNA MEDIDA O MÁS de alcohol en UNA MISMA OCASIÓN (una misma salida / juntada)?
Frec CEEA	En los ÚLTIMOS 30 DÍAS : ¿ Cuántos días tomaste 3 medidas o más si sos mujer, o 4 medidas o más si sos varón en una MISMA OCASIÓN DE CONSUMO (una misma salida/ juntada)?	Pensá en las veces que LOS COMPAÑEROS DE TU CURSO tomaron bebidas con alcohol en los ÚLTIMOS 30 DÍAS . Según lo que a vos te parece: ¿ Cuántos días tomaron 3 medidas o más las mujeres, o 4 medidas o más los varones en una MISMA OCASIÓN DE CONSUMO (una misma salida / juntada)?
Frec ebriedad	En los ÚLTIMOS 30 DÍAS : ¿ Cuántos días tomaste alcohol hasta emborracharte ?	Según lo que a vos te parece sobre LOS/AS COMPAÑEROS/AS DE TU CURSO: en los ÚLTIMOS 30 DÍAS : ¿ Cuántos días tomaron alcohol hasta emborracharse ?

Figura 3.3. Algunos ejemplos de preguntas –inherentes al consumo propio y a las creencias que se poseen respecto a las creencias acerca del consumo de los compañeros/as de curso– que deben usarse una intervención que intente reducir el consumo de alcohol usando el modelo de normas sociales.

Para facilitarle un poco las cosas al lector ansioso de ponerse a trabajar, hemos adjuntado en el anexo la encuesta que empleamos en el programa “¿Sabías que?”, la misma puede ser un buen punto de partida para su trabajo, si bien recomendamos adaptarla a cada situación particular.

3er Paso: Analizar los datos

En esta sección presentamos sugerencias sobre qué datos analizar, y cómo hacerlo, en el marco de las intervenciones basadas en el modelo de Normas Sociales. Se debe tener en cuenta que toda esta información es la que se usará para crear la intervención propiamente dicha. Esto es, la medición no es la intervención en sí, pero es la “materia prima” sobre la cual se crearán las sesiones de retroalimentación y los posters y otros materiales normativos.

Es también importante señalar que las preguntas sugeridas en este Manual tienen la intención de medir, por un lado, el consumo de los/as participantes de la intervención y, por el otro, la percepción que estos/as mismos/as participantes tienen sobre el consumo de sus compañeros/as (ya sea compañeros/as de clases, del equipo deportivo, etc.). En este

sentido, y como ya indicamos previamente, para cada pregunta sobre consumo de alcohol que responde cada participante hay una pregunta similar, “en espejo”, que mide el mismo indicador de consumo, pero ya no de manera autorreferencial sino respecto al resto de la clase. Veamos con diferentes ejemplos de que se trata esto. Cada uno de los ejemplos estará acompañado de una tabla que presenta los datos de manera resumida.

Una de las preguntas interroga al participante sobre su consumo de alcohol: “En los ÚLTIMOS 30 DÍAS: ¿Tomaste UNA MEDIDA O MÁS de alcohol en una MISMA OCASIÓN?” Para responder, el/la participante indica “SI” o “NO”. Luego, los/as participantes también responderán a esta pregunta: “Pensando en TODOS/AS los/as COMPAÑEROS/AS DE TU CURSO ¿CUÁNTOS/AS de ellos/as crees que consumieron, en una misma ocasión, UNA MEDIDA O MAS de alcohol?” Para responder, cada participante va a indicar, según su percepción, cuántos compañeros y cuántas compañeras han tomado alcohol.

¿Cómo comparamos el consumo “real” con el consumo “normativo”? Entendemos por consumo normativo al consumo percibido en el resto de los/as compañeros del curso (o clase) pero también puede ser del equipo del club.

Pensemos esta situación donde, en un curso, hay 17 alumnos/as (9 varones y 8 mujeres). Les preguntamos: ¿tomaste una medida o más de alcohol en una misma ocasión? → consumo “real” . Nos respondieron esto:

		Frecuencia	Porcentaje
Mujer	Sí tomó	1	11.1
	No tomó	8	88.9
	Total	9	100.0
Varón	Sí tomó	3	30.0
	No tomó	7	70.0
	Total	10	100.0

Según los resultados, de las 9 mujeres en el curso, una reportó haber tomado alcohol y, de los 10 varones en el curso, 3 reportaron haber tomado alcohol. Los/as 15 restantes (8 mujeres y 7 varones) NO tomaron alcohol (consumo “real”).

Veamos que pasó cuando les preguntamos, a esos/as mismos/as participantes, por el consumo de los varones y las mujeres de la clase: “Pensando en todos/as los/as compañeros/as de tu curso ¿cuántos/as de ellos/as crees que consumieron, en una misma ocasión, una medida o más de alcohol?” → consumo “percibido o consumo normativo”. Nos respondieron esto:

Norma mujeres	Frecuencia	Porcentaje	Norma varones	Frecuencia	Porcentaje
0	5	26.3	0	5	26.3
1	7	36.8	1	1	5.3
2	3	15.8	2	4	21.1
3	1	5.3	3	3	15.8
4	2	10.5	4	4	21.1
5	1	5.3	5	1	5.3
Total	19	100	6	1	5.3
			Total	19	100

Seis de los/as participantes del curso sobreestimaron la cantidad de varones que tomó alcohol en el mes previo (esto es, pensaron que más varones del curso -de lo que en realidad pasó- habían tomado alcohol en el mes previo). Asimismo, 7 de los/as participantes del curso sobreestimaron la cantidad de mujeres de la clase que tomó alcohol. El 30% (3 de cada 10) de la clase sobreestimó la cantidad de varones que tomó alcohol en el mes previo y casi el 40% (4 de cada 10) de la clase sobreestimó la cantidad de mujeres que tomó alcohol en el mes previo.

Los resultados indican que el compañero varón típico de este curso (esto es, aquel que toma alcohol como la mayoría de los varones del curso) NO tomó alcohol en el mes previo a la encuesta. Sin embargo, parte de la clase sobreestimó la cantidad de varones que tomó alcohol en el mes previo. De manera similar, la compañera mujer típica (esto es, aquella que toma alcohol como la mayoría de las mujeres del curso) NO tomó alcohol en el mes previo a la encuesta. Sin embargo, parte de la clase sobreestimó la cantidad de mujeres que tomó alcohol en el mes previo.

Veamos otro ejemplo. Una de las preguntas interroga al participante sobre su consumo de alcohol: "En los ÚLTIMOS 30 DÍAS: ¿Tomaste en una MISMA OCASIÓN DE CONSUMO (una misma salida/juntada) 3 medidas o más [mujeres], o 4 medidas o más [varones]?" Para responder, el/la participante indica "SI" o "NO". Luego, los participantes también responden a esta pregunta: "Pensando en TODOS/AS los/as COMPAÑEROS/AS DE TU CURSO ¿CUÁNTOS/AS de ellos/as crees que tomaron 3 medidas o más si son mujeres o 4 medidas o más si son varones en una misma ocasión?" Para responder, cada participante va a indicar, según su percepción, cuántos compañeros y cuántas compañeras han tomado esa cantidad de alcohol en una misma ocasión de consumo.

Comparemos, ahora, el consumo "real" con el consumo "normativo".

Los/as participantes respondieron esto (respecto a la pregunta de tomar 3 o 4 medidas en una misma ocasión):

		Frecuencia	Porcentaje
Mujer	No	9	100.0
Mujer	Sí	0	0.0
Varón	No	10	100.0
Varón	Sí	0	0.0

Esto es, NINGUNO de los varones y NINGUNA de las mujeres de la clase tomó esa cantidad en una misma ocasión en el mes previo. Veamos que pasó cuando les preguntamos, a esos/as mismos/as participantes por el consumo, de esta cantidad de alcohol por ocasión de consumo, de los varones y las mujeres de la clase: “Pensando en TODOS/AS los/as COMPAÑEROS/AS DE TU CURSO ¿CUÁNTOS/AS de ellos/as crees que tomaron 3 medidas o más si son mujeres, o 4 medidas o más si son varones en una misma ocasión?” Recordemos que, en esta clase, NINGUNO de los varones y NINGUNA de las mujeres de la clase tomó esa cantidad en una misma ocasión en el mes previo.

Norma mujeres	Frecuencia	Porcentaje	Norma varones	Frecuencia	Porcentaje
Válido 0	13	68.4	Válido 0	11	57.9
1	4	21.1	1	4	21.1
4	2	10.5	2	1	5.3
Total	19	100	3	2	10.5
			5	1	5.3
			Total	19	100

Ocho de los/as participantes del curso sobreestimaron la cantidad de varones que tomó esa cantidad de alcohol en una misma ocasión en el mes previo. Esto es, más del 40% de la clase sobreestimó la cantidad de varones con consumo episódico elevado de alcohol en el mes previo. Asimismo, 6 participantes sobreestimaron la cantidad de mujeres de la clase con consumo episódico elevado de alcohol en el mes previo. De esta manera, casi un tercio de la clase sobreestimó la cantidad de mujeres con consumo episódico elevado de alcohol en el mes previo.

Veamos un ejemplo más.

Una de las preguntas interroga al participante sobre su consumo de alcohol: “En los ÚLTIMOS 30 DÍAS: ¿Tomaste alcohol hasta emborracharte?” Para responder, el/la participante indica “SI” o “NO”. Luego, los participantes también responden a esta pregunta: “Pensando en TODOS/AS los/as COMPAÑEROS/AS DE TU CURSO ¿CUÁNTOS/AS de ellos/as crees que tomaron alcohol hasta emborracharse?” Para responder, cada participante va a indicar, según su percepción, cuántos compañeros y cuántas compañeras han tomado alcohol hasta emborracharse.

Comparemos, ahora, el consumo hasta la ebriedad “real” con el consumo hasta la

ebriedad “normativo”. Los/as participantes respondieron esto (respecto a la pregunta de tomar hasta la ebriedad):

	Frecuencia	Porcentaje
Mujer Válido No	9	100.0
Varón Válido No	10	0.0

Esto es, NINGUNO de los varones y NINGUNA de las mujeres de la clase reportó haber tomado hasta la ebriedad en el mes previo. Veamos que pasó cuando les preguntamos, a esos/as mismos/as participantes por el consumo, de esta cantidad de alcohol por ocasión de consumo, de los varones y las mujeres de la clase: “Pensando en TODOS/AS los/AS COMPAÑEROS/AS DE TU CURSO ¿CUÁNTOS/AS de ellos/as crees que tomaron alcohol hasta emborracharse?”.

Norma mujeres	Frecuencia	Porcentaje	Norma varones	Frecuencia	Porcentaje
Válido 0	15	78.9	Válido 0	12	63.2
1	2	10.5	1	4	21.1
4	1	5.3	2	1	5.3
5	1	5.3	3	1	5.3
Total	19	100	4	1	5.3
			Total	19	100

Aunque NINGUNO de los varones de la clase y NINGUNA de las mujeres de la clase reportó tomar hasta la ebriedad, 7 participantes del curso sobreestimaron la cantidad de varones que tomó hasta la ebriedad y 4 participantes sobreestimaron la cantidad de mujeres de la clase que tomó hasta la ebriedad en el mes previo. Estos resultados indican que casi 4 de cada 10 creen que varones del curso tomaron hasta la ebriedad cuando eso NO pasó. También indican que 1 de cada 5 creen que mujeres del curso tomaron hasta la ebriedad cuando eso NO pasó.

Los ejemplos presentados muestran cómo, a partir de las preguntas que responden los/as participantes, se puede contrastar el consumo “real” (esto es, lo que reportan consumir los/as participantes) con el consumo “percibido” o “norma” (esto es, la percepción del consumo en el resto de la clase). Para contrastar la norma con el consumo real es necesario comparar preguntas que interrogan sobre el mismo indicador de consumo, por ejemplo, consumo episódico elevado de alcohol. De esta manera, se puede identificar cuántos/as “realmente” exhibieron ese consumo con lo que se percibe como norma.

4to Paso: Crear y aplicar los materiales de retroalimentación

Una vez que, en el 3er paso, identificamos las discrepancias cognitivas entre lo que los integrantes del grupo hacen y lo que creen que hacen, es el momento de intervenir. Los modos de intervenir son variados, pero todos persiguen el mismo objetivo, confrontar la disonancia y desafiar cognitivamente, de manera tal que los receptores desarrollen creencias más ajustadas acerca de la extensión de consumo de alcohol en el grupo de referencia o al que pertenecen.

Se han informado diversos tipos de intervenciones, algunas son individuales, otras grupales, e incluso algunas hacen uso de aplicaciones móviles o sistemas a distancia. A continuación, describiremos una modalidad en la cual el grupo es expuesto a una sesión de retroalimentación colectiva, esto es una charla breve de 20 min aproximadamente, que luego se refuerza con posters o carteles que son dejados en el aula o lugar que usualmente emplea como lugar de reunión el grupo que es fruto de la intervención.

La charla o sesión de retroalimentación debe seguir un guión estructurado, que evite desviarse hacia temas tangenciales, no relacionados con el objetivo de la intervención. En ese sentido, deben evitarse juicios de valores acerca de las conductas de consumo, ni tampoco es el objetivo informar sobre posibles consecuencias o efectos fisiológicos, médicos o psicológicos del consumo. Ante preguntas relacionadas con estos temas, los agentes de la intervención deben indicar que son preguntas muy interesantes, pero que hoy se aprovechará la reunión para otros objetivos. La intervención debe focalizarse en describir lo más clara y concisamente posible las discrepancias entre conducta real y percibida, respecto al consumo de alcohol, o de la sustancia que sea fruto de la intervención. En la medida de lo posible, la misma debe ser realizada sin la presencia de docentes, directivos o cualquier personal jerárquico de la institución donde se realiza.

A continuación, una breve propuesta de estructura de la charla normativa, en negrita describimos la intervención verbal propuesta y, eventualmente a continuación, en itálica un comentario asociado a fin de clarificar al lector sobre el objetivo de la intervención. Nótese que el ejemplo está creado sobre la base de un grupo de adolescentes de 14 años, aproximadamente, que exhiben una prevalencia del 20% del consumo de alcohol en los últimos 30 días, con ausencia (i.e., 0%) de borrachera en ese período, y que consumen alcohol una vez por mes en promedio, y no más de dos medidas de alcohol en dicha salida mensual.

•Somos un grupo de trabajo integrado por gente de xxx. *Nótese que es importante mencionar las instituciones de trabajo, particularmente si son entes privados o gubernamentales conocidos, ya que proveerán credibilidad a la intervención. Estamos realizando este trabajo para buscar y encontrar alternativas con el objetivo de bajar el consumo de alcohol. Nótese también que no es necesario “ocultar” el objetivo final de la intervención. Si bien no es necesario o recomendable hacer énfasis en dicho objetivo final, tampoco es necesario mantenerlo oculto.*

•Hace unos días estuvimos aquí y les hicimos unas preguntas sobre el consumo de alcohol de cada uno/a de ustedes. Por ejemplo, les preguntábamos si habían

tomado alcohol en último mes, si lo habían hecho cuánto habían tomado, entre otras preguntas. También les preguntamos por las creencias que ustedes tienen sobre el consumo de sus compañeras mujeres y de sus compañeros varones. Les estamos muy agradecidos por la ayuda que nos dieron, sabemos que contar cosas sobre la vida privada de cada uno es siempre complicado, más allá de que como les dijimos los datos individuales de la encuesta no se van a dar conocer al público ni a los directivos institucionales, sino que son simplemente para esto que estamos haciendo ahora: venir y conversar con ustedes acerca de los resultados. Aquí le recordamos a los destinatarios de dónde sacamos la información que les devolveremos (esto es, de ellos mismos) y reforzamos a noción de anonimato en los datos que brindaron.

• Los resultados más importantes obtenidos indican que la **GRAN MAYORÍA** de ustedes **NO** tomó alcohol/**NO** se emborrachó en el mes previo a la encuesta. En el caso de que observemos conductas saludables (esto es, que más de la mitad o que casi todos no toman alcohol o que no se emborracharon) es recomendable abrir la intervención con dicha información. La misma corre el eje hacia las potencialidades y aspectos positivos del grupo. Es importante mencionar que siempre debemos mencionar la franja temporal de los datos que manejamos. Esto es, si nosotros preguntamos por el consumo en el último mes, debemos siempre referir a los resultados encontrados “en el mes previo a la encuesta”.

• Sin embargo, hemos encontrado que, aun cuando la **MAYORÍA** de ustedes **NO** tomó alcohol en el mes previo a la encuesta, cuando les preguntamos por el consumo de alcohol de sus compañeras mujeres y de sus compañeros varones, muchos y muchas de ustedes sobreestiman este consumo. Luego de indicar en términos generales que hay conductas positivas en el grupo, se indica que hay una representación errónea de la extensión de dichas conductas.

• ¿Qué quiere decir esto? Les preguntamos por el consumo de alcohol del compañero varón típico y por el consumo de alcohol de la compañera mujer típica. El compañero varón típico es aquel que toma alcohol como la mayoría de los varones del curso. La compañera mujer típica es aquella que toma alcohol como la mayoría de las mujeres del curso. Nótese que, a fines de explicar las discrepancias, debemos usar algunos términos técnicos, como “sobreestimación” o “compañero típico”. Una forma de resolver los problemas aparejados al uso de estos términos es explicarlos rápidamente, apenas se usan. Nuestra experiencia nos ha llevado a usar “compañero/a típico” para referirnos a “compañero/a promedio” pero diferentes intervenciones pueden requerir distintos sinónimos. De ser posible se puede hacer –antes de la intervención- un pequeño estudio piloto/focal con un grupo reducido de participantes para relevar si entienden los términos que usaremos.

• ¿Y cuáles son las discrepancias? A partir de los resultados que nosotros en-

contramos, el compañero varón típico de este curso NO tomó alcohol en el mes previo a la encuesta. Sin embargo, muchos y muchas de ustedes creen que el compañero varón típico de este curso sí tomó alcohol, creen que el compañero varón típico tomó varios días al mes y también creen que el compañero varón típico tomó más cantidad de medidas de alcohol por ocasión. Incluso, algunos y algunas de ustedes piensan que el compañero varón típico toma una cantidad enorme, 6 medidas por ocasión: algo totalmente alejado de lo que ustedes mismos nos dijeron en las encuestas. *Este debe ser el momento clave. Aquí se repite el concepto principal: que no hay consumo en la mayoría y seguidamente se describen las discrepancias observadas para cada una de las variables medidas. Se puede repetir esto las veces que sean necesarias y, obviamente, esto es sólo un ejemplo para el caso que la mayoría no haya tomado alcohol. En el caso que la mayoría haya tomado alcohol, pero aun así se observen discrepancias en otros índices, pues bien se deberá hacer énfasis en esos otros índices. Por ejemplo, se podría decir, “ustedes consumen en promedio 2 medidas de alcohol cada vez que toman, pero ustedes nos indicaron que creen que el compañero típico toma 6 medidas de alcohol cada vez que toma”. Este último punto trae aparejado algunos aspectos controversiales que luego discutiremos. Esta sección puede y debe extenderse todo lo que sea necesario, cubriendo todas y cada una de las discrepancias entre conducta real y conducta percibida que se hayan detectado.*

• **Además, algunos y algunas de ustedes creen que el compañero varón típico ha tomado hasta emborracharse, cuando lo que pasó es que NINGÚN varón de este curso tomó hasta la ebriedad en el mes previo a la encuesta, según lo que ustedes mismos nos dijeron en las encuestas.** *Nótese que aquí hemos simplificado la forma de expresar la discrepancia, sobre un ejemplo donde la mayoría de los individuos cree que más de la mitad de los varones se ha emborrachado, cuando en realidad menos de la mitad (o ninguno, como en el ejemplo) lo ha hecho. Pero también es posible que, digamos el 20% se haya emborrachado (2/10) pero en promedio los individuos piensen que el 50% (5/10) lo ha hecho. En ese caso también podremos indicar la discrepancia, pero diciendo “si bien observamos que el 20% de ustedes se emborrachó en el último mes/año (según corresponda) ustedes indicaron que creen que son más los compañeros/as que lo hacen. Específicamente, creen que el 30%...”.*

• **Algo similar pasó con lo que ustedes piensan sobre la compañera mujer típica. Los resultados indican que la compañera mujer típica de este curso NO tomó alcohol en el mes previo a la encuesta. Sin embargo, algunos y algunas de ustedes creen que la compañera mujer típica de este curso sí tomó alcohol en el mes previo. También creen que la compañera mujer típica tomó varios días al mes y también creen que la compañera mujer típica tomó más cantidad de medidas de alcohol por ocasión de lo que ha pasado. Es más, algunos y algunas de ustedes creen que la compañera mujer típica ha tomado hasta emborracharse cuando**

lo que pasó es que **NINGUNA** compañera de este curso tomó hasta la ebriedad. Esto es, creen que la compañera mujer típica tomó alcohol cuando esto es algo diferente de lo que ha pasado: en realidad, la compañera mujer típica **NO** tomó alcohol en el mes previo. *Nótese que hasta ahora nos hemos estado refiriendo a los resultados y discrepancias observados en un solo sexo, pero ahora deberemos volver a hacer a descripción en el otro sexo. Lejos de ser repetitivo, separar por sexo facilita la identificación y segrega aún más la retroalimentación.*

De ser posible, la presentación oral del guión debería ser acompañada de alguna proyección que repita y consolide las ideas que se están transmitiendo. Dicha presentación puede estar ilustrada con imágenes que identifiquen a la institución y al grupo etario donde se está trabajando, también pueden introducirse logos que den identidad a la intervención. A continuación, exponemos algunas pantallas de ejemplo que reproducen los conceptos del guión que acabamos de describir, que fueron empleados en el marco del proyecto “¿Sabías Qué?”



1- ¿Qué encontramos?



Los resultados más importantes obtenidos indican que **la GRAN MAYORÍA de ustedes NO tomó alcohol en el mes previo a la encuesta.**

2 – Pero también les preguntamos: ¿Qué creían ustedes acerca de cuánto tomaban sus compañeros?



Recuerden que les preguntamos por “el compañero varón típico” o “la compañera mujer típica” del curso. O sea, aquel o aquella que toma alcohol como la mayoría de sus compañeros varones o sus compañeras mujeres del curso.

¿SABÍAS QUÉ?
PROYECTO DE PREVENCIÓN



3 – ¿Y que nos dijeron ustedes?

Aún cuando la **MAYORIA** de ustedes **NO** tomó alcohol en el mes previo a la encuesta, cuando les preguntamos por el consumo de alcohol de sus compañeras mujeres y de sus compañeros varones, muchos y muchas de ustedes **sobreestimaron** este consumo.



¿SABÍAS QUÉ?
PROYECTO DE PREVENCIÓN

¿Qué quiere decir esto?

4 – Quiere decir que muchos y muchas de ustedes creen que el compañero varón típico de este curso sí tomó alcohol, creen que el compañero varón típico tomó varios días al mes y también creen que el compañero varón típico tomó más cantidad de medidas de alcohol por ocasión, que lo que en realidad pasa.

Recuerden.. Los resultados indican que el compañero varón típico de este curso NO tomó alcohol en el mes previo a la encuesta.

Al finalizar la exposición del guión se puede abrir el juego a preguntas de la audiencia, pero sólo para responder dudas acerca del material presentado. En el caso que se presenten preguntas acerca de “¿Si es bueno o malo consumir alcohol (u otras drogas)?” o “¿es cierto que si consumo tal o cual sustancia me puede pasar esto o lo otro?”, etc., se debe indicar que esas preguntas las responderemos eventualmente en otro momento, pero que ahora nos interesa que haya quedado claro todo lo que indicamos previamente acerca de las discrepancias entre conducta y creencia.

Al final de la intervención es adecuado, particularmente si estamos trabajando en población adolescente, realizar algún tipo de actividad lúdica que permita el apropiamiento e identificación con la acción preventiva. Por ejemplo, se puede dividir a los participantes en grupo para que propongan un diseño/logo o slogan de la intervención.

Es muy probable que, durante el transcurso de la intervención nos encontremos con otros integrantes de la institución que tengan preguntas acerca de lo que estamos haciendo, o que intenten obtener información acerca de la extensión de las conductas de consumo de alcohol en la población que estamos analizando. Es importante mantener un discurso unificado ante todos estos requerimientos, en el que describamos claramente la naturaleza científica y basada en la evidencia de nuestra intervención y evitemos difundir información sobre el consumo de alcohol o la conducta que estamos midiendo. Hay que recordar que informar a la institución de la extensión de esas conductas puede ser un objetivo loable e importante, pero no forma parte de nuestra intervención y proyecto. De hecho, el proyecto tiene como premisa el no distribuir esa información, y emplearla SOLAMENTE para crear los materiales normativos, los cuáles se distribuirán a únicamente a los estudiantes.

Una alternativa para facilitar estas interacciones con los actores institucionales durante el desarrollo de la actividad, es preparar unos folletos sencillos que describan el proyecto, para ser entregados ante el requerimiento o la consulta. En un capítulo posterior

se amplía sobre este punto. A continuación, un fraseado potencial de dichos folletos:

Estimados/as docentes,

Hace unos días un equipo de trabajo integrado por trabajadores de xxxx estuvo en uno de los 3eros años de esta institución y recabaron algunos datos sobre el consumo de alcohol de los alumnos y sus percepciones acerca del consumo de alcohol de sus compañeros/as.

Hoy, otros integrantes del equipo realizaron una devolución a los estudiantes. Les queremos agradecer la participación y también comentarles que el curso posee, como grupo, comportamientos muy saludables. Los resultados recabados indican que la mayoría de los compañeros y compañeras del curso no consumió alcohol el mes previo a la toma de la encuesta. Asimismo, la gran mayoría de los compañeros y compañeras del curso no tomó hasta emborracharse. Le recordamos que los alumnos y sus padres accedieron a colaborar bajo la promesa de que no se difundirá información individual acerca de sus respuestas.

Nuevamente le agradecemos su participación, la cual redundará en conocimientos que nos permitirán realizar acciones para disminuir el consumo de alcohol en adolescentes.

Es importante destacar que cada intervención es diferente, ya que la extensión del consumo de alcohol y la discrepancia entre la misma y las creencias variará entre institución e institución. Nuestros ejemplos previos habían sido creados sobre la premisa que nuestra intervención se daba en un grupo con menos del 50% de prevalencia de consumo de alcohol y ausencia de borracheras, en los últimos 30 días. Pero, ¿qué sucedería si debemos intervenir en un grupo donde la mayoría ha tomado alcohol y la mayoría se ha emborrachado en los últimos 30 días? Pues bien, siempre podremos encontrar discrepancias entre conducta y percepción que nos sirvan de “lugar de anclaje” de nuestra intervención. Por ejemplo, podría ser el caso que en este grupo observemos que en promedio consumen alcohol 1,5 veces por mes y toman 3 medidas de alcohol cada vez que lo hacen. Y también podría ser el caso que, en promedio, los integrantes del grupo crean que el compañero promedio o típico consume 4 veces por mes y toma 4 medidas de alcohol cada vez que lo hace. En ese caso, el “guión” de intervención podría ser como sigue. Recordemos, en **negrita** describimos la intervención verbal propuesta y en *itálica* agregamos comentarios que al lector el objetivo de la intervención.

• **El compañero típico** –aquí se debería frenar y describir nuevamente la definición de este concepto: es aquel que toma alcohol como la mayoría de los compañeros-consume alcohol, según lo que nos indicaron ustedes mismos en la encuesta, entre 1 a 2 veces por mes. **¿Y cuánto consume cada vez que lo hace? Unas 3 medidas de alcohol** –aquí se debería frenar y describir nuevamente la definición de este concepto de “medidas de alcohol”–. Esta es la sección del guión donde presentamos la información “objetiva” acerca de cuánto consume el grupo, en término promedio.

• **Ahora bien, ¿ustedes también recuerdan que les preguntábamos cuánto creían que tomaban sus compañeros? Pues bien, encontramos importantes discrepancias o sobre-estimaciones en lo que ustedes creen que consumen sus compañeros ¿Qué quiere decir eso?** Esta frase hace de puente entre la descripción de los datos objetivos de consumo, y la descripción de las percepciones de dicho consumo y por lo tanto de las sobreestimaciones observadas.

• **Si bien el compañero típico consume entre 1 a 2 veces por mes, ustedes creen que el compañero típico consume 4 veces al mes, el doble o más de lo que en realidad pasa. Más importante aún, cada vez que un compañero toma consume unas 3 medidas de alcohol, sin embargo, el promedio de ustedes cree que toman 4 medidas.** Este es el momento clave del guión y de la intervención, en donde se remarca la diferencia entre el dato objetivo y la percepción subjetiva del consumo en el grupo.

• **Es importante mencionar que consumir 4 medidas de alcohol en una misma ocasión es considerado un consumo elevado, que algunos llaman “binge” o “atracción”, y que está asociado a mayor riesgo de tener efectos negativos de tomar alcohol, como tener accidentes, peleas o problemas en el colegio. Es importante notar que el COMPAÑERO TÍPICO de ustedes no HACE BINGE cada vez que toma, pero ustedes creen que SI LO HACE (i.e., uds. creen que toma 4 o más medidas, cuando en realidad no se superan las 3).** En esta sección se destaca por qué es importante la diferencia entre tomar 3 medidas de alcohol por ocasión de consumo o 4 medidas. Si bien a priori la diferencia parece trivial, al pasar ese límite de 3 medidas -en niños y adolescentes jóvenes– se está pasando un umbral por encima del cual el consumo empieza a ser significativamente más peligroso. La intervención decide que tratar de evitar que se pase un umbral es un objetivo deseable y por lo tanto se enfatiza que la creencia de que los compañeros consuman 4 medidas por ocasión de consumo no es correcta.

5to Paso: Evaluar el resultado de la intervención

El último paso del proceso es, pasado un tiempo prudencial de la intervención oral (e.g., 30 días), volver a aplicar la encuesta original, para de esa manera tener una medición “post-test”, que nos permita saber si –por ejemplo– la cantidad de individuos que toman alcohol, o la cantidad de medidas por ocasión de consumo han bajado desde el momento de la aplicación de la intervención. Nótese que aquí es muy importante, si bien no imprescindible, contar un grupo control no intervenido, es decir un grupo similar en edad, composición de sexo, nivel socioeconómico, etc., al grupo intervenido, y que solamente difiere de este último en que no recibe la intervención. De esa manera, podemos comparar a ambos grupos y estar seguros que los efectos que observamos en el grupo “experimental” o intervenido son debido al tratamiento y no a factores no directamente relacionados con el programa ejecutado. Nótese que hay muchos factores que pueden estar modulando el consumo de alcohol en los niños y adolescentes. El mero paso del tiempo es uno, pero también hay factores “históricos”. Por ejemplo, si nuestra intervención se realiza en septiembre luego los efectos de la intervención interactuarán con la asistencia a un evento con alta probabilidad de consumo de alcohol, como es la fiesta del estudiante. Si tenemos un grupo control se nos hará más fácil “desenredar” los efectos del tratamiento de estos otros factores. Luego de medir nuevamente, podemos reiterar una vez más el ciclo de intervención y medición, cuantas veces queramos o podamos, teniendo en cuenta factores como disponibilidad de personal o de fondos.

A continuación, algunos resultados obtenidos a partir de las intervenciones realizadas en el proyecto “¿Sabías Que?”. Como describimos previamente, este proyecto fue aplicado a adolescentes de 14 o 15 años que asistían a escuelas públicas y privadas de la Ciudad de Córdoba (Argentina), y también en clubes. Siempre aplicábamos las mediciones de a pares, esto es en dos divisiones de dos colegios diferentes (ya sea públicos o privados). En una de las divisiones la medición era seguida de una intervención, usando las técnicas de la sesión de re-orientación y los posters que describimos previamente, en tanto que, en la otra división, no se aplicaba intervención alguna. Esta última división constituía así el grupo CONTROL, contra el cual se iba a comparar la efectividad de la intervención. En la figura 3.4 se pueden observar los cambios inducidos por la intervención sobre una variable muy importante, como es la cantidad de medidas de alcohol consumidas por los niños/as cada vez que tienen un episodio de consumo. Las etiquetas “Pre-test” y “Post-test” hacen referencia a las mediciones realizadas antes y después de la intervención. Entre el pre-test y post-test median aproximadamente unos 45 días. Nótese que las barras negras identifican al grupo experimental, que recibió la experimentación (ya sea en el colegio de gestión privada o en el de gestión pública), y las barras grises son de una división similar a la del

grupo experimental intervenido en cuanto cantidad de niños/as, tipo de establecimiento, lugar de la ciudad donde se encuentra, etc., pero que no recibió la intervención. Es decir, las barras grises representan al grupo control. Como puede observarse en la Figura 3.4, antes de la intervención los grupos experimental y control, ya sea de los establecimientos de gestión pública o de los de gestión privada, exhiben aproximadamente la misma cantidad de medidas de alcohol consumidas por ocasión de consumo (0,5 las escuelas de gestión privada; 1,0 las de gestión pública, aproximadamente). Sin embargo, las cosas son muy diferentes LUEGO de la intervención, ahora el grupo control de las escuelas de gestión privada exhibe un consumo de aproximadamente 1,5 medidas de alcohol por ocasión de consumo, lo que es significativamente más que el grupo experimental de gestión privada, que sigue cerca de 0,5 medidas. Algo similar, si bien en un nivel general más elevado de consumo, se observa en las escuelas de gestión pública.

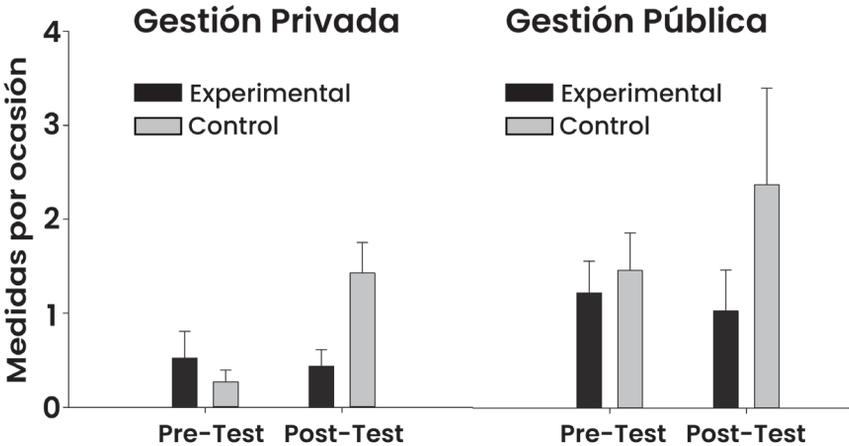


Figura 3.4. Medidas de alcohol consumidas por ocasión de consumo, antes y después de la aplicación de una intervención preventiva basada en normas sociales, en colegios de gestión pública y privada de la ciudad de Córdoba, Argentina. Estos resultados surgen del proyecto “¿Sabías que?”, aplicado por un equipo integrado por miembros de la Secretaría de Prevención y Asistencia de las Adicciones del Gobierno de Córdoba y de la Universidad de Córdoba y el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

Es decir, todo indica que la intervención ha sido exitosa, esto es, sirvió para modular el consumo de alcohol, al ser comparado con lo que ocurrió en el grupo control. Es importante hacer notar que no es que la intervención bajó el consumo, SINO QUE LO HIZO FUE PONER UN FRENO AL INCREMENTO que se observa en el grupo control.

Podría ser el caso que este efecto sobre el consumo de alcohol sea sólo un efecto azaroso, o que no se observe si focalizáramos en otra variable. La Figura 3.5 ilustra otra conducta inherente al consumo de alcohol, la cantidad de días consumidos en los 30 días previos a la medición. El lector que explore la figura se dará cuenta que el patrón es muy similar al descrito para la cantidad de medidas por ocasión. Esto es, las barras negras –las divisiones “intervenidas”– ya sea caen o se mantienen iguales entre el pre- y el post-test. Eso no sucede en los grupos controles, que aumentan significativamente la cantidad de días consumidos entre el pre- y el post-test. Cuando decimos que los cambios son “significativos” hacemos referencia a que si aplicamos pruebas estadísticas a los datos obtenidos, las pruebas indicarán que podemos concluir con un grado de certeza definido –usualmente un 95%- que el tratamiento o intervención basado en normas sociales fue efectivo para modular el consumo de alcohol.

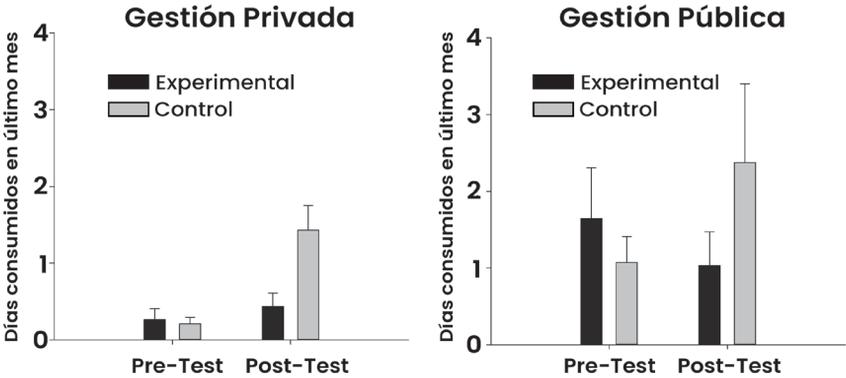


Figura 3.5. Días consumidos en los últimos 30 días, antes y después de la aplicación de una intervención preventiva basada en normas sociales, en colegios de gestión pública y privada de la ciudad de Córdoba, Argentina. Estos resultados surgen del proyecto “¿Sabías que?”, aplicado por un equipo integrado por miembros de la Secretaría de Prevención y Asistencia de las Adicciones del Gobierno de Córdoba y de la Universidad de Córdoba y el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.