



OVIEDO
12 Y 13 DE MAYO
2017

XLIV JORNADAS NACIONALES SOCIDROGALCOHOL

Entorno urbano de alcohol: un estudio sobre disponibilidad, promoción y visibilidad del consumo en barrios de Barcelona

Villalbí J.R.^{1,2}; Espelt A.^{1,2}; Surreda X.³; Bosque-Prous M.¹; Teixidó-Compañó E.¹; Puigcorbé S.¹; Franco M.³; Brugal M.T.¹

¹Agència de Salut Pública de Barcelona; ²CIBER de Epidemiología y Salud Pública; ³Grupo de Epidemiología Social y Cardiovascular, Facultad de Medicina, Universidad de Alcalá;

Introducción

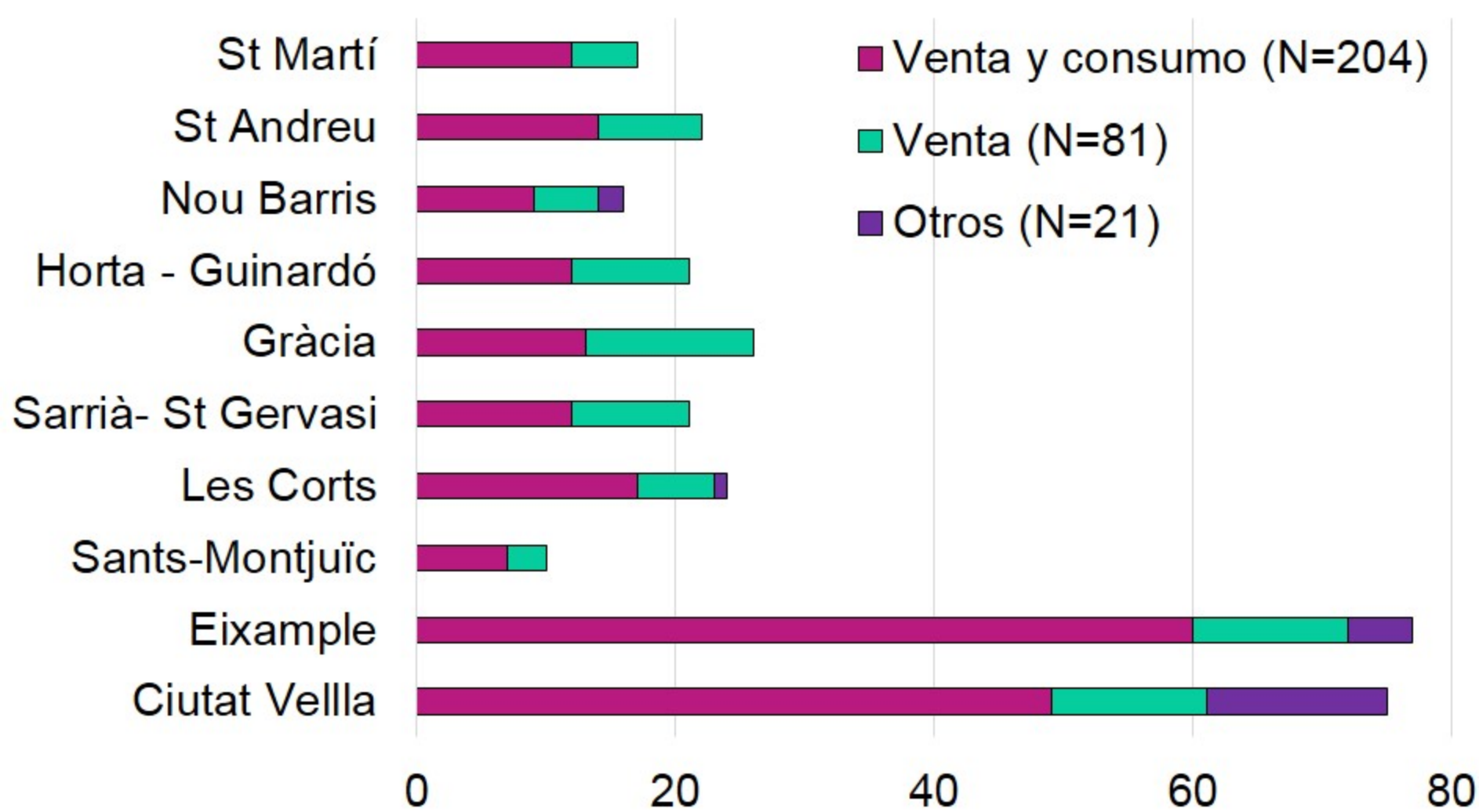
Las normas sociales percibidas influyen en el consumo de alcohol. La oferta de alcohol, su publicidad y su consumo en los espacios públicos contribuyen a crear una imagen de aceptación social, por lo que sus regulaciones pueden tener valor preventivo. Este trabajo describe la presencia de alcohol en el entorno urbano valorando tres aspectos: establecimientos que lo ofrecen, elementos de publicidad y promoción visibles, e indicios de consumo en el espacio público.

Metodología

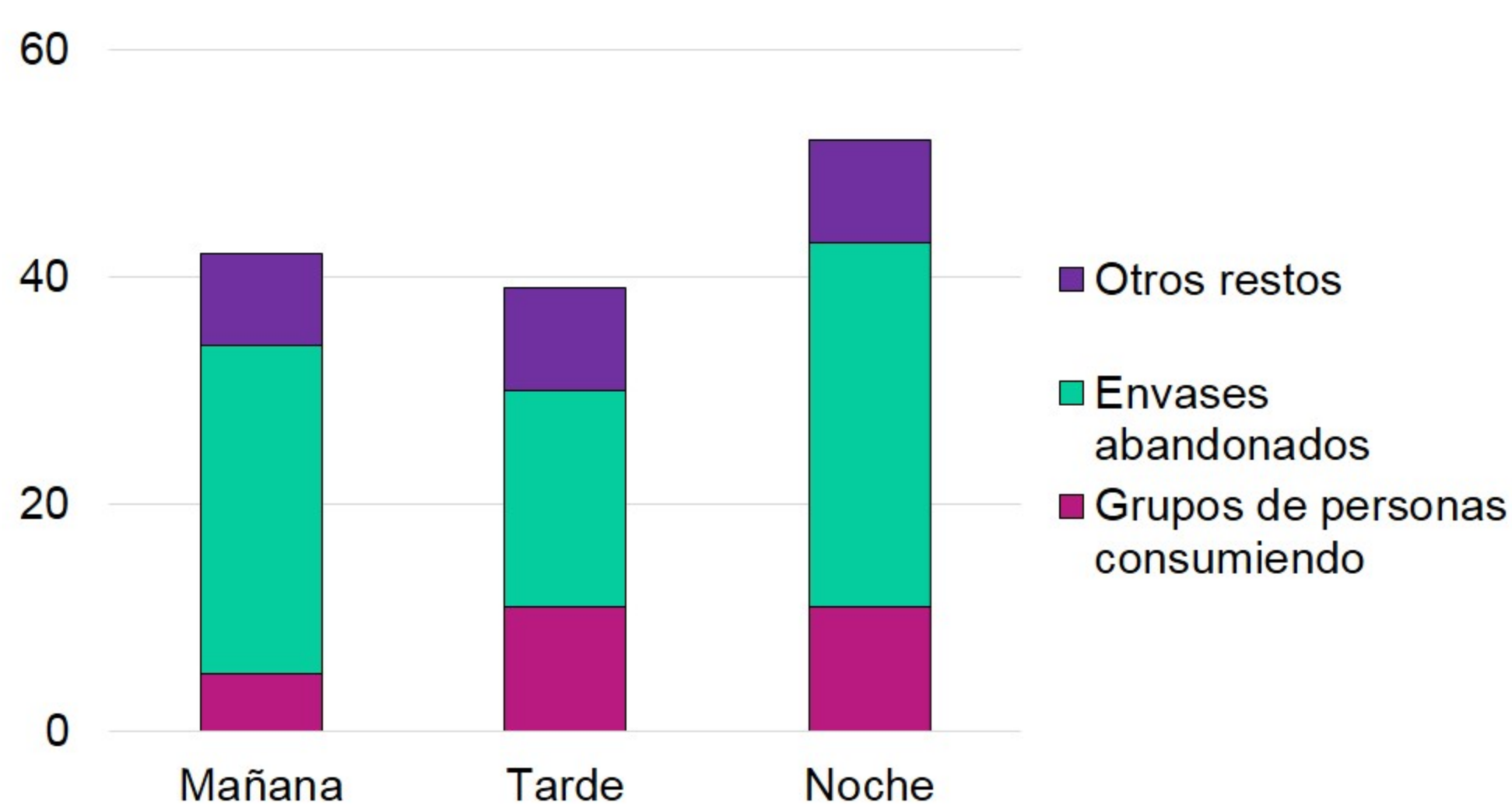
Se realizó un estudio observacional descriptivo en la ciudad de Barcelona a finales de 2015 basado en un muestreo por conglomerados tomando como unidad muestral la sección censal. La selección fue bietápica: dos barrios para cada uno de los diez distritos en función de sus indicadores socioeconómicos y población; en cada barrio se seleccionó de forma aleatoria una sección censal. Los observadores realizaron las observaciones en tres franjas horarias mediante un formulario diseñado para el estudio. Se describen los resultados por territorio, y se valora la asociación espacial entre variables.

Resultados

Establecimientos que venden bebidas alcohólicas en las 20 secciones censales analizadas, por distrito. Barcelona, 2015.



Indicios de consumo de alcohol visibles en el espacio público en las secciones censales analizadas, por franja horaria. Barcelona, 2015.



Se aprecia una asociación entre la presencia de establecimientos que ofrecen alcohol y la de elementos de publicidad y promoción. Contrariamente, no se aprecia relación con los indicios de consumo en el espacio público, que se concentra en el distrito de Ciutat Vella que abarca el casco antiguo y tiene la mayor densidad de actividades relacionadas con el turismo.

Conclusiones

El medio urbano de Barcelona se caracteriza por la presencia de elementos que estimulan el consumo de alcohol, con especial concentración en algunas zonas. Una regulación más rigurosa de la promoción, la disponibilidad y el consumo de alcohol, y acciones que garanticen su cumplimiento pueden cambiar su imagen social, que actualmente favorece un mayor consumo.

Popova S, Giesbrecht N, Bekmuradov D et al. (2009). Hours and days of sale and density of alcohol outlets: impacts on alcohol consumption and damage: a systematic review. *Alcohol Alcohol*; 44: 500-16.

Sureda X, Villalbí JR, Espelt A et al. (2017). Living under the influence: normalisation of alcohol consumption in our cities. *Gac Sanit*; 31: 66-8.

Financiado por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas (2016I029)

C S B Consorci Sanitari de Barcelona

Agència de Salut Pública



MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS