



RESUMEN FINAL PROYECTO INVESTIGACIÓN

EXPEDIENTE: 2016|029

TÍTULO DEL PROYECTO: Disponibilidad, accesibilidad, visibilidad del consumo, promoción y publicidad del alcohol en el entorno urbano y su relación con el consumo de alcohol en adolescentes

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Joan R Villalbí

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN (nombre y apellidos del resto del equipo de investigación):

Albert

Espelt

Marina

Bosque Prous

Ester

Teixidó-Compañó

Montserrat

Bartroli

ENTIDAD BENEFICIARIA Y CENTRO DE INVESTIGACIÓN:

Institut de Recerca Biomèdica de l'Hospital de la Santa Creu i Sant Pau

Agència de Salut Pública de Barcelona

RESUMEN:

El consumo de alcohol es uno de los principales factores de riesgo de morbi-mortalidad del mundo. La adolescencia es un periodo en el que las personas adquieren comportamientos de riesgo incluyendo el consumo de alcohol. El entorno urbano influye en la salud de las personas. En el caso del consumo de alcohol, tienen un peso específico factores del entorno ligados directamente al consumo de alcohol: la disponibilidad y accesibilidad, los anuncios, el marketing y la visibilidad del consumo pueden contribuir a una percepción de normalización y a su aceptación, especialmente entre los adolescentes y jóvenes.

El objetivo de este proyecto ha sido estudiar la asociación entre las características del entorno urbano (físico y social) relacionadas con el alcohol y su consumo en adolescentes en Barcelona, con tres componentes:

Realización de un estudio observacional tomando como unidad muestral la sección censal, y medición de la disponibilidad de alcohol, la visibilidad y la promoción de su consumo y análisis de los datos obtenidos. En total se registraron 2.391 establecimientos que ofrecían bebidas alcohólicas de los cuales 1.682 fueron locales de venta y consumo de alcohol y 687 fueron locales únicamente de venta. Además, se registraron 143 establecimientos de productos no alimentarios que ofrecían productos relacionados con el alcohol. Se encontraron 2.263 elementos de publicidad y patrocinio y 556 indicios de consumo de alcohol en la vía pública. Los análisis



realizados llevaron a apreciar que la distribución actual de los locales que venden alcohol se solapa con los elementos promocionales, que raramente son ya publicidad directa en la vía pública. También que el turismo es un gran condicionante de su distribución espacial, y que el nivel socioeconómico del barrio tiene un peso menor.

Estimación de la prevalencia de consumo de alcohol en adolescentes en la encuesta de Factores de Riesgo en la Escuela Secundaria (FRESC) de Barcelona. Se ha analizado la prevalencia de binge drinking por barrio, estratificando por variables contextuales. El análisis llevó a concluir que los grandes condicionantes del consumo de riesgo adolescente son la edad, el sexo, y variables de nivel socioeconómico probablemente relacionadas con el dinero disponible para gastar. En las escuelas situadas en barrios con mayor presión turística y oferta de venta de alcohol podría haber algo más de consumo de riesgo.

Utilización de metodología Concept-Mapping (cualitativa-cuantitativa) para conocer y comprender las percepciones de los adolescentes y jóvenes sobre la influencia de la disponibilidad, accesibilidad y promoción en el entorno urbano del alcohol en la normalización y el consumo de alcohol en jóvenes. Los resultados sugieren que estos perciben como cruciales los factores relacionados con la presión grupal, el ocio y el tiempo libre, y la accesibilidad al alcohol, mientras que no dieron tanta importancia a la publicidad.

El conjunto de estos resultados sugiere que en la formulación de políticas públicas los aspectos ligados a la regulación de la disponibilidad del alcohol deberían tenerse en mayor consideración en nuestro contexto. El turismo urbano, fenómeno en expansión en los últimos años, podría estar modificando la distribución espacial de la disponibilidad de alcohol en nuestras ciudades.

ABSTRACT (English):

Alcohol consumption is one of the main risk factors for morbidity and mortality in the world. Adolescence is a period in which people acquire risky behaviors including alcohol consumption. The urban environment influences people's health. Regarding alcohol consumption, there are environmental factors with a specific weight linked to alcohol consumption: availability and accessibility, advertisements, marketing and visibility of consumption may create a perception of normalization and acceptance, especially among adolescents and young people.

The objective of this project has been to study the association between the characteristics of the urban environment (physical and social) related to alcohol and its consumption in adolescents in the city of Barcelona (Catalonia, Spain), with three components:

An observational study with the census tract as the sampling unit, measuring the availability of alcohol, the visibility and the promotion of its consumption. In total, 2,391 establishments that offered alcoholic beverages were registered, of which 1,682 were places for sale and consumption of alcohol and 687 were places for sale only. In addition, 143 non-food establishments were registered that offered alcohol-related products. 2,263 advertising and sponsorship items and 556 signs of alcohol consumption on public roads were found. The analyzes carried out led to the conclusion that the current distribution of premises that sell alcohol overlaps with promotional elements, which are rarely direct advertising on public roads. Also that tourism is a major determinant of its spatial distribution, and that the neighborhood's socioeconomic level has a lesser weight.

An estimate of the prevalence of alcohol consumption in adolescents in the periodic survey of Risk Factors in Secondary School (FRESC) of Barcelona. The prevalence of binge drinking was analyzed



by neighborhood, stratifying by contextual variables. The analysis led to the conclusion that the main determinants of adolescent risky consumption are age, sex, and variables of socioeconomic level, probably related to pocket money available. In schools located in neighborhoods with greater tourist pressure and premises to sell alcohol, risky consumption may be more frequent.

Use of the Concept-Mapping methodology (qualitative-quantitative) to explore the perceptions of young people about the influence of the availability, accessibility and promotion of alcohol in the urban environment in their normalization and consumption of alcohol. The results suggest that group pressure, leisure and free time, and accessibility to alcohol are perceived as key factors, while advertising is not perceived as important.

These results suggest that in the formulation of public policies aspects related to the regulation of the availability of alcohol should be taken into greater consideration in our context. Urban tourism, a phenomenon that has been expanding in recent years, may be modifying the spatial distribution of alcohol availability in our cities.

PALABRAS CLAVE:

Consumo de alcohol. Adolescencia. Barrio. Salud urbana.

KEY WORDS (English):

Alcohol drinking. Adolescence. Neighborhood. Urban health.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO Y OBJETIVOS:

El consumo de alcohol es uno de los principales factores de riesgo de morbi-mortalidad del mundo. La adolescencia es un periodo en el que las personas adquieren comportamientos de riesgo incluyendo el consumo de alcohol. El consumo de alcohol y los episodios de atracón de alcohol (binge drinking) en la adolescencia suelen coexistir con otros problemas comportamentales interfiriendo con la transición óptima a la vida adulta desde la perspectiva social (p.ej. problemas académicos, delincuencia...) y de salud (p.ej. consumo de otras drogas, conducir bajo los efectos del alcohol...). El entorno urbano influye en la salud de las personas. En el caso del consumo de alcohol, tienen un peso específico factores del entorno ligados directamente al consumo de alcohol: la disponibilidad y accesibilidad, los anuncios, el marketing y la visibilidad del consumo pueden contribuir a una percepción de normalización y a su aceptación, especialmente entre los adolescentes y jóvenes.

El objetivo de este proyecto consiste en estudiar la asociación entre las características del entorno urbano (físico y social) relacionadas con el alcohol y su consumo en adolescentes, en la ciudad de Barcelona.

METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL PROYECTO. ANALISIS ESTADÍSTICO:

Tras una prueba piloto del cuestionario, se realizó la selección aleatoria de al menos 2 zonas censales para cada uno de los 73 barrios de Barcelona (n=170) y se recogió información sobre la disponibilidad de alcohol, la visibilidad y la promoción de su consumo, mediante observación social sistemática a partir del cuestionario validado previamente para caracterizar el entorno urbano del alcohol (OHcities). En total se registraron 2.391 establecimientos que ofrecían bebidas alcohólicas de los cuales 1.682 fueron locales de venta y consumo de alcohol y 687 fueron locales únicamente de venta. Además, se registraron 143 establecimientos de productos no alimentarios que ofrecían productos relacionados con el alcohol. Se encontraron 2.263 elementos de publicidad y patrocinio y 556 indicios de consumo de alcohol en la vía pública. Los análisis realizados llevaron a apreciar que la distribución actual de los locales que venden alcohol se



solapa con los elementos promocionales, que raramente son ya publicidad directa en la vía pública. También que el turismo es un gran condicionante de su distribución espacial, y que el nivel socioeconómico del barrio tiene un peso menor.

Se obtuvo la base de datos de la encuesta sobre Factores de Riesgo en la Escuela Secundaria (FRESC) de Barcelona de 2016, realizada periódicamente en una muestra de aulas de secundaria de la ciudad. Esta base de datos se depuró, y posteriormente se han analizado los datos, para poder estimar la prevalencia de consumo de alcohol en los adolescentes de la ciudad, según sexo, curso, tipo de escuela y barrio. Asimismo, se realizó una búsqueda de variables contextuales y se creó un índice de visibilidad del consumo en el entorno urbano. Con estos datos se realizó un análisis que llevó a concluir que los grandes condicionantes del consumo de riesgo adolescente son la edad, el sexo, y variables de nivel socioeconómico probablemente relacionadas con el dinero disponible para gastar. En las escuelas situadas en barrios con mayor presión turística y oferta de venta de alcohol podría haber algo más de consumo de riesgo.

En el estudio cualitativo de los aspectos percibidos por los jóvenes como más importantes para fomentar el consumo de alcohol, se realizó un estudio basado en la técnica de concept mapping con estudiantes universitarios. Los resultados sugieren que estos perciben como cruciales los factores relacionados con la presión grupal, el ocio y el tiempo libre, y la accesibilidad al alcohol, mientras que no dieron tanta importancia a la publicidad.

DISCUSIÓN:

Los análisis realizados llevaron a apreciar que en una ciudad como Barcelona la distribución de los locales que venden alcohol antes de la pandemia por COVID se solapa con los elementos promocionales, que raramente son publicidad directa en la vía pública. También que el turismo es un gran condicionante de su distribución espacial, y que el nivel socioeconómico del barrio tiene un peso menor.

Por lo que respecta al consumo de riesgo adolescente, los grandes condicionantes son la edad, el sexo, y variables de nivel socioeconómico (que probablemente están relacionadas con el dinero disponible para gastar). En las escuelas situadas en barrios con mayor presión turística y oferta de venta de alcohol podría haber algo más de consumo de riesgo.

En la percepción de los jóvenes sobre los factores más importantes para fomentar el consumo de alcohol, los resultados sugieren que perciben como cruciales los factores relacionados con la presión grupal, el ocio y el tiempo libre, y la accesibilidad al alcohol, mientras que no dieron tanta importancia a la publicidad.

APLICABILIDAD E IMPACTO SOCIO-SANITARIO DEL PROYECTO:

En la formulación de políticas públicas para prevenir el consumo de riesgo en adolescentes, los aspectos ligados a la regulación de la disponibilidad del alcohol deberían tenerse en mayor consideración. Un aspecto relevante puede ser disminuir la presión turística en algunas zonas, pues parece asociarse a una mayor presencia de establecimientos que ofrecen bebidas y de elementos de promoción asociados.

PUBLICACIONES CIENTÍFICAS GENERADAS:



Sureda X, Espelt A, Villalbí JR, Cebrecos A, Baranda L, Pearce J, Franco M. Development and evaluation of the OHCITIES instrument: assessing alcohol urban environments in the Heart Healthy Hoods project. *BMJ Open*. 2017 Oct 5;7(10):e017362. doi: 10.1136/bmjopen-2017-017362.

Sureda X, Carreño V, Espelt A, Villalbí JR, Pearce J, Franco M. Alcohol in the city: wherever and whenever. *Gac Sanit*. 2017 Aug 9. pii: S0213-9111(17)30174-7. doi: 10.1016/j.gaceta.2017.06.008.

Villalbí JR, Espelt A, Sureda X, Bosque-Prous M, Teixidó-Compañó E, Puigcorbé S, Franco M, Brugal MT. The urban environment of alcohol: a study on the availability, promotion and visibility of its use in the neighborhoods of Barcelona. *Adicciones*. 2019 Jan 1;31(1):33-40. Doi: 10.20882/adicciones.950.

Pastor A, Espelt A, Villalbí JR, Moure L, Fuentes S, Shortt NK, Valiente R, Borrell LN, Franco M, Sureda X. Availability and promotion of alcohol across different outlet typologies and under different area-level socioeconomic status. *Adicciones* 2020 Jul 14;0(0):1367. doi: 10.20882/adicciones.1367

Teixidó-Compañó E, Sureda X, Bosque-Prous M, Villalbí JR, Puigcorbé S, Colillas-;Malet E, Franco M, Espelt A. Understanding how alcohol environment influences youth drinking: a concept mapping study with nursing students in Southern Europe. *Journal of Mixed Methods Research* (presentado)

Villalbí JR, Serral G, Espelt A, Puigcorbé S, Bartoli M, Sureda X, Teixidó-Compañó E, Bosque-Prous M. Prevalencia de los episodios de consumo intensivo de alcohol entre estudiantes de secundaria y factores urbanos contextuales. *Rev Esp Salud Pública* 2020; 94: e1-11.

Puigcorbé S, Villalbí JR, Sureda X, Bosque-Prous M, Teixidó-Compañó E, Franco M, Bartoli M, Espelt A. Assessing the association between tourism and the alcohol urban environment in Barcelona: a cross-sectional study. *BMJ Open* 2020;10:e037569.doi:10.1136/bmjopen-2020-037569

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS (CONGRESOS, JORNADAS Y ACTIVIDADES DE DISEMINACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA):

Mesa en Socidrogalcohol 2018: M7 - Alcohol y Entorno Urbano moderada por Joan R Villalbí con las siguientes ponencias relacionadas con el proyecto: 1) OHCITIES un instrumento de medida de la presencia de alcohol en el entorno urbano (Andrea Pastor); 2) Entorno urbano de alcohol: un estudio sobre disponibilidad, promoción y visibilidad del consumo en barrios de Barcelona (Albert Espelt); 3) El alcohol en el entorno urbano: políticas públicas y estrategias preventivas (Marina Bosque-Prous).

Espelt A, Puigcorbé S, Sureda X, Teixidó-Compañó E, Villalbí JR, Brugal MT, Bosque-Prous M. Creación del índice de visibilidad de consumo de alcohol en el entorno urbano. XXXVI Reunión Científica de la SEE y XIII Congresso da Associação Portuguesa de Epidemiologia (APE). Lisboa, septiembre de 2018.

Puigcorbé S, Sureda X, Bosque-Prous M, Teixidó-Compañó E, Villalbí JR, Franco M, Brugal MT, Espelt A. Presencia de elementos relacionados con el alcohol en el entorno urbano de la ciudad de Barcelona. XXXVI Reunión Científica de la SEE y XIII Congresso da Associação Portuguesa de Epidemiologia (APE). Lisboa, septiembre de 2018.



Puigcorbé S, Bosque-Prous M; Sureda X, Pastor A, Teixidó-Compañó E, Villalbí JR, Espelt A. Disponibilidad, visibilidad y promoción del alcohol en Barcelona en el año 2017. XLV Jornadas Nacionales Socidrogalcohol. Toledo, España. 2018.

Villalbí JR, Espelt A, Sureda X, Bosque-Prous M, Teixidó-Compañó E, Puigcorbé S, Franco M, Brugal MT. Disponibilidad, promoción y visibilidad del consumo en el entorno urbano. Un estudio en barrios de Barcelona. XLIV Jornadas Nacionales Socidrogalcohol. Oviedo, España. 2017.

Villalbí JR. Serral G, Espelt A, Puigcorbé S, Bartroli M, Sureda X, Teixidó Compañó E, Bosque-Prous M. Prevalencia de binge drinking en estudiantes de secundaria: ¿influyen los factores contextuales? XXXVII Reunión Científica de la SEE. Oviedo, septiembre de 2019.

Teixidó-Compañó, E.; Sureda, X; Bosque-Prous, M.; Villalbí, J.R.; Puigcorbé, S.; Colillas-Malet, E.; González-Casals, H.; Franco, M; Espelt, A. Factores ambientales relacionados con el consumo de alcohol en estudiantes universitarios mediante la metodología Concept Mapping. Aceptado en XLVII Jornadas Nacionales Socidrogalcohol. Madrid, España. 2020 (Jornadas realizadas telemáticamente por epidemia COVID).

Villalbí JR; Serral G; Espelt A; Puigcorbé S; Bartroli M; Sureda X; Teixidó Compañó E; Bosque Prous M. Prevalencia de la práctica de atracones de alcohol entre los estudiantes de secundaria: ¿influyen los factores contextuales? Presentado en XLVII Jornadas Nacionales Socidrogalcohol. Madrid, España. 2020 (Jornadas realizadas telemáticamente por epidemia COVID).

COFINANCIACIÓN (APARTE DE LA DELGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS), en su caso:

Presupuesto propio de la Agència de Salut Pública de Barcelona, y contribuciones de Barcelona Activa mediante un Plan de Ocupación.

CONTACTO (dirección de correo electrónico para consultas al equipo de investigación):

villalbi@gmail.com