

“Aportaciones recientes a la
prevención en espacios de
ocio juvenil

Evidencias sobre la intervención en el lugar y en el momento.

Daniel Lloret Irles
Departamento de Psicología de la Salud
Universidad Miguel Hernández



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD

SECRETARÍA DE ESTADO
DE SANIDAD

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO
PARA EL PLAN NACIONAL
SOBRE DROGAS

ÁGORA
DGPNSD

PREVENCIÓN
en
CONTEXTOS
de OCIO

Prevencción
Ambiental

Prevencción
Comunitaria

I. Regulación normativa

II. Modificación del entorno

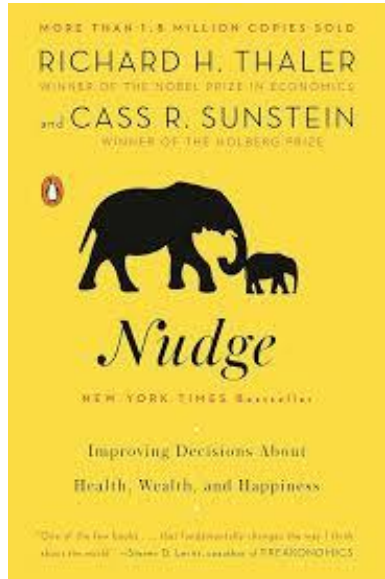
III. Dinamización de grupos sociales y
colectivos

La prevención según su funcionalidad: Ambiental, Evolutiva e Informativa. *David Foxcroft (2014)*

PREVENCIÓN AMBIENTAL

limitar la disponibilidad de oportunidades para comportamientos inadaptados mediante políticas e intervenciones a nivel sistémico. Esto incluye medidas como restricciones legales, incentivos o desincentivos económicos y estrategias de prevención situacional.

Relación directa e inmediata entre CONTEXTO y CONDUCTA



Richard Thaler (Nobel Economía, 2017)

La conducta es fruto de
Limitada racionalidad
Falta de autocontrol
Automatismos

Propone
Intervenciones transparentes y no engañosas.
Garantizar la libertad de elección.



La A-355 (Marbella)

Los accidentes graves se han **reducido** en un **35%**.
DGT, 2024

Primera
parte

El enemigo conoce
el sistema



El diseño del contexto para inducir y mantener la conducta

es una estrategia que desde hace décadas maneja la industria del tabaco y del alcohol.



La presencia de

- Promoción de alcohol
- Gente consumiendo alcohol en lugares públicos

está asociada a

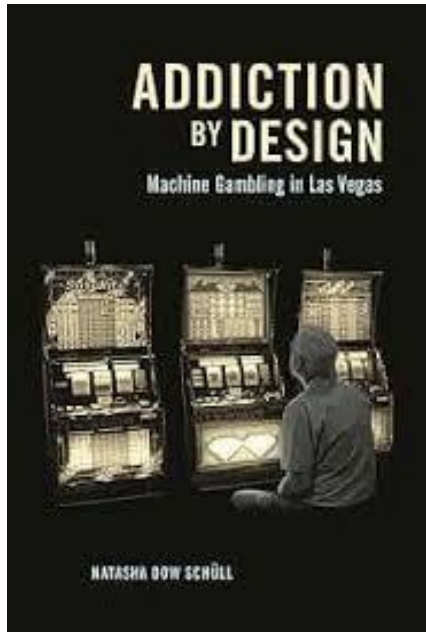
- Aumento del consumo de alcohol
- Normalización del consumo de alcohol, especialmente entre la población más joven.



Sureda X, Espelt A, Villalbí JR, et al. (2017) Development and evaluation of the OHCITIES instrument

Livingston M, Chikritzhs T, Room R. (2007) Changing the density of alcohol outlets to reduce alcohol-related problems. Drug Alcohol Rev 2007;26:557-66.

Pearce J, Barnett R, Moon G. (2012) Sociospatial inequalities in health related behaviours: Pathways linking place and smoking. Prog Hum Geog 2012;36:3-24



La adicción es el resultado de la interacción entre el usuario y la tecnología (contexto)

- Inducir un estado de flujo continuo
- Desconectar del tiempo, del espacio y de otras preocupaciones externas
- Estar en la zona
- Ganar pasa a segundo lugar
- Diseño funcional basado en refuerzo variable y adaptación al comportamiento individual

Natasha Dow Schüll (2012)

DISEÑO DE ESPACIOS. LOCALES DE APUESTAS.

Estimulación mantenida

Limitación de estímulos externos

Maximizar el tiempo de permanencia

Reducir las barreras cognitivas al gasto

Mantener a los jugadores desconectados del mundo exterior

Mayor sensación de flujo

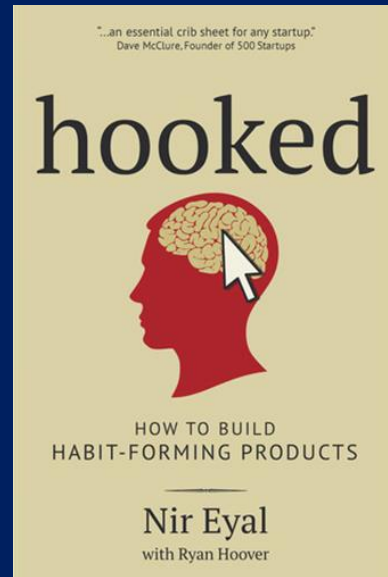






La experiencia digital
es el resultado
de un ecosistema diseñado

La experiencia digital
es tan real
como la física

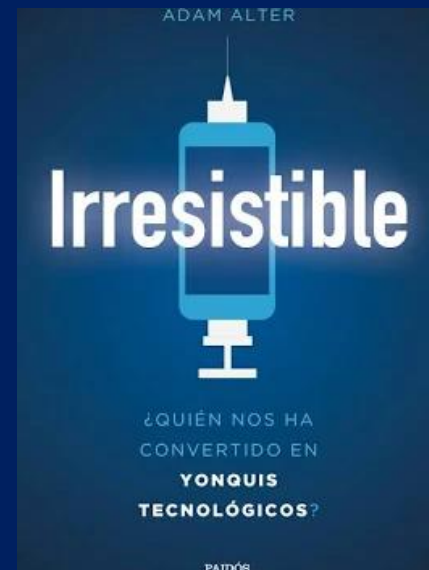


Nir Eyal (2014) se alinea con las tesis de Thaler para generar hábitos mediante el *Hook Model*, especialmente en entornos digitales

Influir en el comportamiento sin coerción

Aprovechar los sesgos cognitivos

Buscar que las personas repitan un comportamiento



Muchos productos digitales están diseñados deliberadamente para ser adictivos, aprovechando vulnerabilidades psicológicas humanas.

Adam Alter (2017)

Segunda
parte

10 evidencias sobre las
intervenciones en el lugar
y en el momento

Medida 1: Establecer distancias mínimas entre los locales de apuestas y centros educativos

Justificación

La distancia con el local de apuestas tiene una relación inversa con el juego de riesgo o problemático.

A menor distancia, mayor probabilidad de desarrollar un trastorno por juego.

Evidencia

Aunque la evidencia sobre la relación entre distancia y conducta es evidente, No se disponen de evidencias sobre la eficacia de la regulación de establecer distancias.



- | | |
|---------------------------------|---|
| Adlaf & Turner, 2004 | Schools, Students and Adolescent Gambling in Ontario: Two Studies |
| Wheeler, et al 2006 | Pokies and poverty: problem gambling risk factor geography in New Zealand |
| Vasiliadis, et al 2013 | Physical accessibility of gaming opportunity and its relationship to gaming involvement and problem gambling: a systematic review |
| Pearce, et al. 2007 | A national study of neighbourhood access to gambling opportunities and individual gambling behaviour |
| Rush, et al. 2007 | Mapping the prevalence of problem gambling and its association with treatment accessibility and proximity to gambling venues |
| Sapthiang, et al 2020 | Adolescent problem gambling requires community-level health promotion approaches |
| Sevigny, et al. 2008 | Links Between Casino Proximity and Gambling Participation, Expenditure, and Pathology |
| St-Pierre, et al. 2014 | How Availability and Accessibility of Gambling Venues Influence Problem Gambling: A Review of the Literature |
| Welte, et al. 2004 | The Relationship of Ecological and Geographic Factors to Gambling Behavior and Pathology |
| Welte et al. 2016 | The Relationship Between Distance from Gambling Venues and Gambling Participation and Problem Gambling Among U.S. Adults |
| Young, et al. 2012 | Too close to home? The relationships between residential distance to venue and gambling outcomes |
| Welte et al. 2007 | Type of Gambling and Availability as Risk Factors for Problem Gambling: A Tobit Regression Analysis by Age and Gender |



Medida 2 : POA - Programas de Ocio Alternativo

Justificación.

Los programas de ocio alternativo en general y, en particular en el contexto de ocio nocturno, aspiran a *incompatibilizar horarios* con los ambientes de consumo de sustancias.

Evidencias.

Heterogeneidad de intervenciones.

Metodología: diseños débiles e indicadores de eficacia insuficientes.

Escasos estudios

Resultados:

Los estudios con diseños pre y postest y grupo control, no muestran diferencias en el consumo de drogas o el cambio de actitudes hacia las mismas entre el grupo de intervención y el control. (Fernández-Hermida y Secades, 2003)

Evidencia: Baja

Eficacia: Baja

Medida 3: Controles de alcoholemia voluntarios. Alcoholímetros en bares, restaurantes y discotecas.



Justificación.

La oferta de sistemas de medida de alcoholemia no sancionadores y gratuitos in-situ, en clubs, discotecas, fiestas o restaurantes aumentará la percepción de riesgo y reducirá la intención de conducción o de continuar bebiendo en ese momento.

Evidencia

Resultados:

41% de los participantes en festivales de música cambiaron su intención de conducir después de usar un alcoholímetro (Fernando et al., 2018)

En entornos de ocio nocturno las pruebas de alcoholímetro parecen ser una herramienta valiosa para la conciencia colectiva sobre los daños causados por beber y conducir. (Carvalho et al, 2019)

Evidencia: Media

Eficacia: Alta

Medida 4: Dispositivos de bloqueo de arranque por detección de alcohol. (dispositivos Alcohol Interlock)



Justificación

La población diana son los conductores que acumulan sanciones por conducir bajo los efectos del alcohol.

La instalación de estos dispositivos podría reducir la conducción bajo los efectos del alcohol de personas reincidentes y la reducción de daños asociada.

Artículo 83.8 Código Penal

8.ª Prohibición de conducir vehículos de motor que no dispongan de dispositivos tecnológicos que condicionen su encendido o funcionamiento a la comprobación previa de las condiciones físicas del conductor, cuando el sujeto haya sido condenado por un delito contra la seguridad vial y la medida resulte necesaria para prevenir la posible comisión de nuevos delitos.

Evidencia

Diversas revisiones sistemáticas y meta-análisis indican una reducción de:

- el nivel de reincidencia de conductores con amenaza de retirada de carné
- la tasa de accidentes de estos conductores.

Evidencia: Media

Eficacia: Alta

Medida 5: Análisis de sustancias o drug checking



Evidencia

Estudios escasos y metodológicamente débiles.

Los datos provienen de auto-informes de las personas usuarias o de otras partes interesadas, como por ejemplo la policía. No se aportan datos cuantitativos sobre indicadores como podrían ser número de muertes por adulteración, accidentes, etc. Más eficaz cuando el resultado es inesperado: el 94.3% de los usuarios prefieren no tomar la droga (*Valente et al., 2019*)

Evidencia: Media

Eficacia: Baja

Justificación

Recibir información sobre la composición de las sustancias que se pretende consumir, y asesoramiento individualizado sobre pautas de uso de menor riesgo es una estrategia de **reducción de daños** que ayuda a tomar una decisión informada.

- alcanzar a una población que difícilmente sería accesible de otra manera,
- ser percibidas por los/las usuarios/as como fuentes fiables en las que confiar
- modificar la percepción y la conducta del consumidor
- facilitar la derivación a otros servicios o una intervención breve in-situ.

Medida 6: Regulación de la hora feliz y ofertas de 2x1



Justificación

El consumo de alcohol, como el de otros productos relacionados con el ocio, sigue una curva de demanda con pendiente negativa en relación al precio.

Es decir, a medida que aumenta el precio, la demanda disminuye.

(Chaloupka, et al., 2002; Grossman, et al., 1998; Hastings, et al., 2005).

Las “horas felices” animan a los clientes a consumir alcohol en exceso y en un plazo de tiempo habitualmente irrazonable, con el consiguiente riesgo de intoxicación.

Evidencia

La evidencia encontrada es escasa y variable.

Algunos trabajos correlacionales encuentran una menor tasa de accidentes de tráfico bajo los efectos del alcohol en aquellos estados americanos donde este tipo de promociones se encuentra prohibida.

(Reish y Brooker, 2019).

Evidencia: Media

Eficacia: Baja

Medida 7: Presencia policial en contextos de ocio



Justificación

Efecto disuasorio para intentar disminuir acciones ilegales:

Presencia de menores de edad en los locales,

Conducción bajo los efectos del alcohol

Comportamientos agresivos y/o desórdenes públicos

Evidencia

Efecto a corto plazo respecto a la venta de alcohol a menores, accidentes de tráfico y agresiones.

El efecto positivo disminuye si no se lleva a cabo con regularidad, y/o no están vinculadas a medidas disuasorias reales para los agentes comerciales, como la retirada de licencias.

Evidencia: Media

Eficacia: Baja

Medida 8. Restricción de la publicidad del juegos de apuestas



R.D.958/2020

COMUNICACIONES COMERCIALES

Evidencia

No disponible de otros países.

España.

Evaluación del impacto sobre adolescentes.

Débil sobre la actitud hacia el juego de apuestas.

Nula sobre la conducta.

Evidencia: Baja

Eficacia: Baja

Justificación

Existe evidencia que relaciona la exposición a la publicidad de apuestas con la conducta de apostar.

La publicidad transmite una visión normalizada de la conducta de juego de apuestas, además de generar una actitud positiva hacia el juego y una percepción social favorable

(King, Dellfabro y Griffiths, 2010; Parke, Harris, Parke, Rigbye, y Blaszczynski, 2015; Pitt et al., 2016).

Una mayor exposición a la publicidad se relaciona con mayor frecuencia de juego y mayores tasas de juego problemático, tanto en adultos como en jóvenes

(Clemens, Hanewinkel y Morgenstern, 2016; Derevensky et al., 2009; Estevez, López-González y Jimenez-Murcia, 2018; Griffiths, 2005; Hanss, Mentzoni, Griffiths y Pallesen, 2015; Hing et al., 2014).

Italia, 2018, España, 2020; Alemania, 2020; Bélgica, 2023; Países Bajos, 2023

Medida 9: Capacitación de personal de ocio nocturno y hostelería



Justificación

la formación o entrenamiento del equipo de profesionales de locales, clubs y salas para:

- a) la transmisión de pautas responsables de consumo,
- b) la promoción de conductas que disminuyan o rechacen el consumo excesivo
- c) la gestión de daños derivados del mismo

Evidencia

Un meta-análisis (Ker y Chinnock, 2008) Revisiones sistemáticas (Toomey et al., 2017)

Efecto mínimo sobre el consumo de alcohol de los clientes

Aumenta eficacia cuando la formación del personal es obligatoria; gerencia motivada, plantilla estable, implicación municipio.

Evidencia: Media

Eficacia: Baja

Medida 10: Intervenciones micro ambientales basadas en la arquitectura de la elección



Justificación

Cambios en las características de los entornos físicos y sociales

Intervenciones que suelen requerir poco compromiso

Dirigidas a procesos psicológicos automáticos o no conscientes

Particularmente efectivas para la población más desfavorecida socialmente

Evidencia

Los escasos estudios son de alta calidad (revisión Cochrane y al menos dos RCT).

Evidencia: Alta

Eficacia: Media

CONCLUSIONES

TRANSLACIÓN CULTURAL.

La mayoría de las medidas propuestas han sido evaluadas en otros países

EFFECTO SUMATIVO.

Implementadas en conjunción con otras acciones

EVIDENCIA y EFICACIA.

Baja calidad metodológica de las evaluaciones. Acciones preventivas en contextos reales y complejos.

PROGRAMAS DE OCIO ALTERNATIVO.

Escasa evidencia que no avala su eficacia como medida de prevención del consumo de drogas y alcohol.

Mayor rigor en su evaluación, identificación de objetivos y de indicadores e instrumentos de medida relevantes y coherentes con los objetivos.

En su mayoría son experiencias dispersas y sin continuidad, lo que dificulta conocer su impacto.

