

Ana Clara Camarotti ¹,
 Daniel Jones ²,
 Martín Güelman ³,
 Paloma Dulbecco ⁴,
 Santiago Cunial ⁵.

¹Doctora en Ciencias Sociales;
 Universidad de Buenos Aires.
 Facultad de Ciencias Sociales.
 Instituto de Investigaciones
 Gino Germani. Investigadora
 independiente CONICET;
 Buenos Aires; Argentina;
 anaclaracamarotti@gmail.com;
<https://orcid.org/0000-0003-4428-5768>.

²Doctor en Ciencias Sociales;
 Universidad de Buenos Aires.
 Facultad de Ciencias Sociales.
 Instituto de Investigaciones
 Gino Germani. Investigador
 adjunto CONICET; Buenos
 Aires; Argentina; danielprotes-
 tantes@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-8823-8587>.

³Doctor en Ciencias Sociales;
 Universidad de Buenos Aires.
 Facultad de Ciencias Sociales.
 Instituto de Investigaciones
 Gino Germani. Becario pos-
 doctoral CONICET; Buenos
 Aires; Argentina; marguel-
 man@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4906-2336>.

⁴Magíster en Relaciones
 Internacionales, estudiante
 de doctorado en Ciencias
 Sociales. Instituto de Investiga-
 ciones Gino Germani. Becaria
 doctoral CONICET; Buenos
 Aires; Argentina; ccopalo@
 gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4232-4348>.

⁵Magíster en Ciencia Política,
 estudiante de doctorado en
 Ciencia Política. Universit-
 yof Pennsylvania; Filadelfia;
 Estados Unidos; scunial@
 sas.upenn.edu; <https://orcid.org/0000-0002-4657-7388>.

DOI: <https://doi.org/10.31052/1853.1180.v0.v0.29140>

@Universidad Nacio-
 nal de Córdoba



Trabajo recibido: 24
 de junio 2020.
 Aprobado: 01 de
 noviembre 2020.

CAMBIOS EN LOS PATRONES DE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA CUARENTENA POR COVID-19. UN ESTUDIO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES (ARGENTINA)

CHANGES IN BEHAVIORS OF ALCOHOL
 CONSUMPTION IN THE CONTEXT OF
 QUARANTINE FOR COVID-19. A STUDY IN
 THE BUENOS AIRES METROPOLITAN AREA
 (ARGENTINA)

*ALTERAÇÕES DOS PADRÕES DE CON-
 SUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NA QUA-
 RENTENA PELA COVID-19. UM ESTUDO NA
 ZONA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES
 (ARGENTINA)*

Resumen

En este artículo analizamos las transformaciones en los patrones de consumo de bebidas alcohólicas de personas que se encontraban transitando el aislamiento social preventivo y obligatorio (cuarentena) en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). Desarrollamos y aplicamos una encuesta autoadministrada *online* a 4613 personas de 18 años o más. Un 45% declaró haber aumentado el volumen de bebidas alcohólicas consumidas en la cuarentena. Quienes han aumentado en mayor medida son las personas adultas (de 35 a 54 años). Entre las razones del aumento se destacan tener más tiempo libre, el impacto emocional de la cuarentena y la falta de rutina estable. Respecto de la frecuencia del consumo, se duplicó el número de quienes no toman bebidas alcohólicas y

CAMBIOS EN LOS PATRONES DE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA CUARENTENA POR COVID-19. UN ESTUDIO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES (ARGENTINA) / Ana Clara Camarotti, Daniel Jones, Martín Güelman, Paloma Dulbecco, Santiago Cunial

se triplicó la cantidad de personas que toman todos los días. Pese a estos cambios, nueve de cada 10 personas que declararon haber tomado más en la cuarentena no creen que esto afecte su salud, sus vínculos o su trabajo. Entre quienes redujeron su consumo, encontramos a los más jóvenes (18 a 24 años); y sobre los motivos, siete de cada 10 mencionaron la falta de salidas y eventos sociales

Palabras clave: Consumo de Bebidas Alcohólicas – Aislamiento Social – Infecciones por Coronavirus

Abstract

In this paper, we analyze the changes in behaviors of alcohol consumption of people under the preventive and obligatory social isolation (quarantine) in the Buenos Aires Metropolitan Area (Argentina). We developed an online self-administered survey to 4,613 people aged 18 years or more. 45% reported having increased the consumption of alcoholic beverages during the quarantine. Those who have increased the most are adults (35 to 54 years old). The reasons for the increase include more free time, the emotional impact of quarantine and the lack of a stable routine. Regarding the frequency of consumption, the number of those who do not drink alcohol doubled and the number of people who drink every day tripled. Despite these changes, 9 out of 10 people who reported drinking more during the quarantine do not believe that this affects their health, ties or work. Among those who reduced their consumption, we found the youngest (18 to 24 years old) and regarding their reasons, 7 out of 10 justified it due to the lack of outings and social events.

Keywords: Alcohol Drinking - Social Isolation - Coronavirus Infections

Resumo

Neste artigo analisamos as transformações nos padrões de consumo de bebidas alcoólicas de pessoas que vivem o isolamento social preventivo e obrigatório (quarentena) na Região Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). Desenvolvemos e aplicamos uma pesquisa online autoaplicável a 4.613 pessoas com 18 anos ou mais. 45% declararam ter aumentado o volume de bebidas alcoólicas consumidas na quarentena. Aqueles que mais aumentaram são os adultos (35 a 54 anos). As razões para o aumento incluem ter mais tempo livre, o impacto emocional da quarentena e a falta de uma rotina estável. Em relação à frequência de consumo, o número de pessoas que não consomem bebidas alcoólicas dobrou e o número de pessoas que bebem todos os dias triplicou. Apesar dessas mudanças, nove em cada 10 pessoas que relataram ter tomado mais em quarentena não acreditam que isso afete sua saúde, relacionamento ou trabalho. Entre os que reduziram o consumo, encontramos os mais jovens (18 a 24 anos); e sobre os motivos, sete em cada 10 mencionaram a falta de passeios e eventos sociais

Palavras-chave: Consumo de Bebidas Alcoólicas - Isolamento Social - Infecções por Coronavirus

Introducción

El alcohol es la droga más usada en Occidente. Aunque su adquisición es legal y su uso está socialmente aceptado, se trata de una sustancia con potencial adictivo cuyo consumo excesivo implica riesgos graves para la salud. El consumo abusivo de alcohol no sólo ocasiona daños a la salud y pérdida de vidas, sino también morbilidad asociada, discapacidad, detrimento de la calidad de vida y enormes gastos para el sistema de salud. Se trata, pues, de un problema de salud pública (1) (2).

Según la Organización Mundial de la Salud (3), en 2016, unos 2300 millones de personas

de 15 años o más eran bebedoras, esto es, consumieron al menos una bebida alcohólica durante los últimos doce meses. Más de la mitad de la población que informó consumir alcohol se concentra en América, Europa y el Pacífico Occidental. El consumo total de alcohol per cápita en la población mundial mayor de 15 años aumentó de 5,5 litros anuales en 2005 a 6,4 litros anuales en 2016. Respecto del género, se estima que aproximadamente un 60% de los bebedores eran varones y 40% eran mujeres (4). Esta tendencia también se observa en el caso argentino, donde la razón entre varones y mujeres que consumen alcohol es de 3 a 1 (5).

El impacto sanitario del consumo de alcohol, y específicamente su uso nocivo, se ha registrado mediante diferentes indicadores. En 2016, provocó unos 3 millones de muertes (5,3% del total de las muertes) en todo el mundo (3) y se clasificó como el séptimo factor de riesgo principal de muerte prematura y discapacidad (4). Asimismo, el consumo de alcohol se asoció con una pérdida de salud mucho mayor para los varones que para las mujeres, en 2016, con una carga atribuible para los primeros, alrededor de tres veces mayor. Según la Organización Panamericana de la Salud (6), los trastornos mentales y neurológicos atribuibles al consumo de sustancias (incluyendo alcohol), y el suicidio suponen un tercio de la discapacidad total en la Región de las Américas.

Para entender las dinámicas asociadas a este impacto sanitario y situarlas en las coordenadas locales, recuperamos investigaciones que han explorado y cuantificado las modalidades de consumo de alcohol en Argentina.

La Encuesta Nacional de Factores de Riesgo de 2018 registró un aumento sostenido del consumo episódico excesivo de alcohol (CEEA), definido como la ingesta de 5 tragos o más en una misma oportunidad en los últimos 30 días (de 8,9% en 2009 a 13,3% en 2018). Al analizar el indicador según variables sociodemográficas, se evidenció una amplia diferencia según sexo: el CEEA en varones resultó 3, 2 veces mayor que en mujeres (20,7% vs. 6,5%) (7).

Pese a este panorama, las publicaciones científicas en el ámbito de las ciencias sociales sobre consumo de alcohol en América Latina –especialmente las producidas durante la pandemia por COVID-19– son escasas y la gran mayoría se enfoca en los patrones de uso de adolescentes o jóvenes (8). El consumo de alcohol no emerge en la agenda pública ni es presentado por los medios de comunicación con los grados de alarma social con los que se hace referencia al uso de las sustancias ilegalizadas. La disponibilidad –fruto de su status jurídico– y la promoción publicitaria constante tornan al consumo de alcohol una práctica naturalizada. La misma registra un alto nivel de tolerancia social y legitimidad y suelen soslayarse los potenciales riesgos de su consumo excesivo.

Una crisis sanitaria como la que vivenciamos junto con las medidas de aislamiento prolongado frente a la pandemia de COVID-19 dispuestas por la mayoría de los gobiernos del mundo tienen múltiples efectos para la salud pública. A su vez, han impactado e impactarán en los hábitos de la población de modos que aún desconocemos (9). Entendemos que las modalidades de consumo de alcohol no escapan a esta dinámica.

Algunos estudios realizados durante la pandemia de COVID-19 muestran un incremento en el consumo de alcohol y la compra de bebidas alcohólicas por parte de la población en países como Australia, Estados Unidos y el Reino Unido (10) (11) (12) (13). En particular, Rehmet *al.* (2020) postulan que los desastres ambientales y los conflictos sociales suelen estar vinculados a incrementos en el consumo de alcohol en el largo plazo (14).

De acuerdo con la revisión bibliográfica que realizamos no existen aún investigaciones empíricas publicadas en revistas científicas que hayan indagado las posibles transformaciones en los patrones de consumo de bebidas alcohólicas a partir del aislamiento frente a la pandemia de COVID-19. La producción bibliográfica se limita a comentarios sobre los posibles escenarios futuros en relación a las transformaciones en los patrones de consumo de alcohol vinculadas con la crisis sanitaria y el aislamiento prolongado o informes de encuestas publicados en repositorios universitarios que, en algunos casos, fueron recupe-

rados por medios masivos de comunicación.

En Argentina, hay una incipiente producción de información sobre consumo de alcohol durante la cuarentena, en estudios que no lo tienen como foco exclusivo ni principal de sus indagaciones. El primer estudio que identificamos fue realizado por el Centro Argentino de Prevención Laboral en Adicciones (15). Mediante una encuesta a 400 teletrabajadoras/es buscaron analizar las adicciones en el ámbito laboral del teletrabajo en la cuarentena por el COVID-19 en Argentina, entre abril y mayo de 2020. Un segundo estudio fue realizado entre el 7 de abril y el 8 de mayo de 2020 por investigadores de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Córdoba (16). Se administró una encuesta *online* no aleatoria a personas mayores de 18 años. La muestra final abarcó 1007 casos de todo el país. Según ambos estudios (que indagaron sobre diversas sustancias psicoactivas), al menos 70% de las personas encuestadas afirmó haber consumido bebidas alcohólicas durante abril y mayo de 2020 (15) (16). Por otra parte, un 41% de las personas encuestadas señaló que durante la cuarentena incrementó la frecuencia de consumo de alcohol y un 33% mencionó consumir mayor volumen de alcohol (16).

El tercer estudio que presenta datos sobre consumo de alcohol en la cuarentena es del Observatorio de Psicología Social Aplicada de la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires. A través de una encuesta *online* a personas de 18 años o más procuraron conocer el estado de salud mental de la población argentina y las conductas que implementa para lidiar con el malestar psicológico durante el período de cuarentena por COVID-19 (17). El muestreo fue incidental, estratificado según regiones geográficas del país, y la encuesta se aplicó en dos momentos: a los 7-11 días y a los 50-55 días de la cuarentena obligatoria (muestra 1 de 2631 casos y muestra 2 de 2068 casos, con composiciones similares de varones y mujeres). Al comparar ambas muestras, en lo que respecta exclusivamente al consumo de alcohol se registra un aumento del porcentaje de personas que consumen entre ambos momentos (del 37,51% al 41,15%).

Este artículo se enmarca en esta incipiente línea de investigación sobre consumo de alcohol en el marco de la cuarentena. En particular, analizamos los resultados de un estudio cuantitativo exploratorio en el que nos propusimos indagar las transformaciones en los patrones de consumo de bebidas alcohólicas de personas que se encontraban transitando el aislamiento social preventivo y obligatorio en el AMBA. Buscamos comparar el consumo de bebidas alcohólicas antes y durante el aislamiento social obligatorio –en adelante, cuarentena.

En Argentina, esta medida frente a la pandemia de COVID-19 fue dispuesta por el Poder Ejecutivo Nacional el 20 de marzo de 2020 y prorrogada sucesivamente. Aunque las diferencias de composición de las muestras y formas de indagar el consumo de alcohol impiden comparar *vis a vis* los datos de estas encuestas con nuestro relevamiento, podemos señalar que el consumo de alcohol es una práctica recurrente y creciente en el marco de la cuarentena.

Material y Métodos

En virtud de la imposibilidad de aplicar técnicas de recolección de datos que exijan presencialidad y de nuestro interés por dar cuenta de los cambios en los patrones de consumo de alcohol en un universo poblacional amplio, optamos por la implementación de una encuesta autoadministrada *online*, a través de la plataforma *SurveyMonkey*. El relevamiento fue realizado entre los días 4 y 8 de mayo de 2020 (cuando la cuarentena llevaba entre 45 y 50 días). Los criterios de inclusión fueron que la persona encuestada se encontrara transitando la cuarentena en el AMBA y que tuviera 18 años o más al momento de responder el cuestionario. El reclutamiento fue realizado a través de redes sociales virtuales (*Facebook*, *Instagram* y *Twitter*) y mediante contactos interpersonales del equipo de investigación, principalmente por el servicio de mensajería instantánea *Whatsapp*. A quienes les envia-

mos la encuesta les solicitamos que la reenviaran a aquellos/as que cumplieran los criterios de inclusión. De este modo, estas personas se convirtieron en nuevos/as reclutadores/as que permitieron ampliar la red inicial de contactos.

Antes de comenzar con el relevamiento, sometimos el instrumento a una prueba piloto, para evaluar la claridad de la formulación, la adecuación de los pases entre preguntas y la exhaustividad y exclusión mutua de los sistemas de categorías. A su vez, procuramos calcular el tiempo que demandaba la realización de la encuesta, un aspecto central en consideración de la modalidad que asumiría (autoadministrada y *online*). La literatura metodológica señala que la extensión de este tipo de encuestas debe ser acotada para lograr una tasa de respuesta aceptable (18) (19).

La encuesta fue anónima y respetamos el cumplimiento de las condiciones éticas durante la recolección de datos incluyendo las relacionadas con el respeto de la privacidad, confidencialidad, bienestar y normas culturales de las personas encuestadas. Para ello, tomamos en consideración los lineamientos éticos para la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (20).

La muestra fue no probabilística. El número final de personas que respondieron completamente la encuesta fue de 4613. El cuestionario contó con un bloque de preguntas sobre la autopercepción de las personas encuestadas sobre el volumen y la frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas antes y durante la cuarentena (no empleamos indicadores cuantitativos sobre el nivel de consumo como, por ejemplo, la “cantidad de tragos consumidos en un período determinado de tiempo”), su incorporación a nuevas situaciones de la vida cotidiana y los motivos para el aumento o disminución del volumen de alcohol consumido. También relevamos los siguientes aspectos sociodemográficos: género; máximo nivel de educación formal alcanzado; lugar de residencia; edad; cantidad de ambientes de su hogar; composición del hogar (personas con las que convive); situación ocupacional antes y durante la cuarentena (si tenía empleo y cantidad de horas trabajadas), y afectación del nivel de ingresos desde la cuarentena. A partir de estos aspectos buscamos analizar variaciones en el consumo de bebidas alcohólicas de acuerdo a diferentes perfiles poblacionales. Realizamos una descripción univariada y análisis bivariados, tomando como variables independientes al género, la edad, la afectación de la jornada laboral durante la cuarentena y la composición del hogar porque eran las variables que más se ajustaban a nuestros objetivos de investigación. El análisis estadístico descriptivo fue realizado con el apoyo de los softwares *R studio* y *SPSS* versión 21. Para testear la significatividad estadística de los resultados obtenidos y considerando el carácter no probabilístico del muestreo efectuado, llevamos a cabo la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney. En la medida en que la comparación lo requiriese, empleamos esta prueba para evaluar las diferencias entre grupos muestrales específicos. En cada caso presentamos los valores p correspondientes.

Caracterización de la muestra

La primera pregunta indagaba sobre el lugar en el cual la persona se encontraba transitando la cuarentena. De la muestra, una mayoría significativa la atraviesa en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) (58%), el 16,5% en la zona sur del Gran Buenos Aires (GBA), el 15,5% en la zona norte de dicha región y un 10% en la zona oeste del GBA.

En cuanto al género, el 60,7% se identifica como mujer, el 37,7% como varón, y el 1,6% como varón trans, mujer trans u “otro” (donde prevalecieron categorías como “no binarie” o “género fluido”). La escasa cantidad de personas encuestadas autoidentificadas por fuera de las categorías “varón” o “mujer” (cissexual) nos impide establecer descripciones válidas y confiables sobre este grupo.

La distribución etaria de la muestra presenta una concentración de poco más de la mitad (51%) de los casos entre 25 y 44 años de edad.

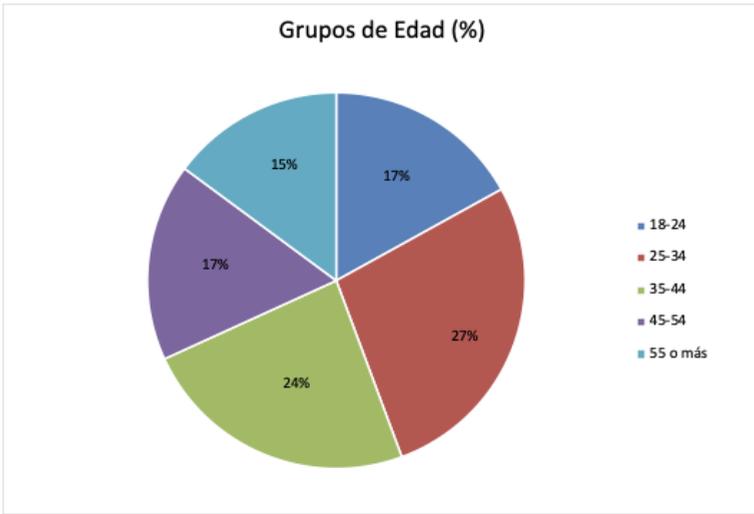


Gráfico N° 1: Grupos de edad (en %)

En cuanto al nivel educativo de las personas encuestadas, cabe destacar el alto porcentaje con algún paso por el nivel superior: 57% afirmó haber concluido una carrera universitaria y/o terciaria y el 32,3% al menos haber iniciado una carrera universitaria o terciaria. Sólo el 10,7% de la muestra informó tener secundario completo o algún nivel educativo menor. A su vez, un 83,8% tenía trabajo antes del inicio de la cuarentena, un 8,1% se encontraba desempleado y el 8,1% restante era inactivo (no trabajaba ni buscaba trabajo). Durante la cuarentena, el 2% de las personas encuestadas que tenía empleo fue suspendida o despedida.

Entre quienes siguieron trabajando durante la cuarentena, 36,5% mencionó trabajar más horas y 39% respondió hacerlo menos horas. Es decir, más de tres cuartas partes de quienes conservaron su trabajo vieron afectada la extensión de su jornada laboral.

Finalmente, un tercio (33%) de las personas encuestadas informó tener menos ingresos desde el inicio de la cuarentena y más de la mitad (56%) mencionó tener los mismos ingresos. Solamente un 2,1% de la muestra respondió que sus ingresos se incrementaron desde el inicio de la cuarentena.

En síntesis, la muestra presenta tres grandes sesgos, relacionados con los modos de reclutamiento. Primero, la mayoría de las personas encuestadas reside en la CABA (58%). Segundo, hay una proporción muy alta de mujeres (61%). Tercero, sobresale la cantidad de personas encuestadas que han tenido algún paso por la educación superior (90%).

Resultados

El consumo de bebidas alcohólicas fue indagado mediante diferentes preguntas. Dos de ellas exploraban la frecuencia de consumo antes de la cuarentena y durante la misma.

Tabla N° 1: Frecuencia de consumo de alcohol antes y durante la cuarentena (en %)

Frecuencia de consumo de alcohol antes y durante la cuarentena (en %)		
	Antes de la cuarentena	Durante la cuarentena
Algunas veces durante la semana	10,56%	14,72%
Algunas veces durante la semana y los fines de semana	36,27%	34,73%
Algunos fines de semana al mes	28,40%	14,31%
No tomaba bebidas alcohólicas	8,50%	15,95%
Todos los días	5,94%	15,50%
Todos los fines de semana	10,34%	4,79%
Total	100% (4613)	100% (4613)

Durante la cuarentena se triplicó el número de personas que afirman consumir bebidas alcohólicas todos los días respecto de los que afirmaron consumir con dicha frecuencia antes del inicio de la misma ($p < 0,00$). Esto se registra con mayor énfasis en el grupo de 35 a 44 años, entre quienes se cuadruplica (de 4,6% a 18,1%) ($p = 0,001$). En segundo lugar, se duplica el número de personas que mencionan directamente no consumir bebidas alcohólicas (8,5% antes de la cuarentena vs. 15,95% durante la cuarentena ($p < 0,001$)). En el grupo de 18 a 24 años, este porcentaje se cuadruplica (de 5,2% a 20,7%) ($p < 0,001$). Finalmente, se reduce a la mitad el porcentaje de quienes consumían bebidas alcohólicas exclusivamente los fines de semana (ya sea algunos al mes o todos los fines de semana ($p < 0,001$)).

Mientras que la edad fue una variable que marcó diferencias sustantivas en cuanto a la frecuencia del consumo, no ocurrió esto con el género. Tanto mujeres como varones reproducen en similar medida los patrones generales de aumento en el consumo diario, aumento en la no ingesta y reducción del consumo durante los fines de semana. Si bien existen diferencias estadísticamente significativas entre los géneros respecto de estas dimensiones ($p < 0,001$), tales valores no son sustantivos en términos absolutos. Esto contrasta con varias investigaciones antes de la cuarentena, ya citadas, sobre una prevalencia de consumo de alcohol diferenciada por género.

Tabla N° 2: Volumen de alcohol consumido antes y durante la cuarentena (en %)

Volumen de alcohol antes y durante la cuarentena (en %)	
El mismo volumen que antes de la cuarentena	33,89%
Más volumen que antes de la cuarentena	44,85%
Menos volumen que antes de la cuarentena	21,26%
Total	100% (3795) ¹

¹ Esta pregunta fue realizada solamente a las personas que mencionaron que habían consumido alcohol durante la cuarentena.

En cuanto al volumen de alcohol consumido durante la cuarentena, el 45% de las personas manifiesta haberlo aumentado respecto del que consumían antes. Este porcentaje se aproxima al registrado por el Observatorio de Psicología Social Aplicada de la Universidad de Buenos Aires que, para una fecha similar (a los 50-55 días de cuarentena) relevó que un 33,73% de las personas encuestadas en todo el país había aumentado su consumo de alcohol, en relación a la pre-cuarentena (17).

En nuestro estudio, entre las personas de 35 a 44 años, un 55% aumentó el consumo de alcohol, siendo el grupo etario que en mayor proporción declara este aumento, seguido por el de 45 a 54 años (49%). Inversamente, las personas más jóvenes (18 a 24 años) son las que en mayor proporción redujeron el consumo de bebidas alcohólicas (el 38,12% declara haber consumido menos alcohol durante la cuarentena). En los otros estudios sobre consumo de alcohol durante la cuarentena en Argentina no se presenta información desagregada por grupo etario.

Entre las personas que afirman haber aumentado el volumen de bebidas alcohólicas consumidas durante la cuarentena identificamos dos grupos: quienes viven con otras personas y quienes vieron afectada la extensión de su jornada laboral (sea por el aumento o por la disminución de horas de trabajo). En ambos casos, las diferencias con respecto a quienes no viven acompañados/as y quienes no vieron afectada la extensión de su jornada laboral son significativas al 99% y 95% ($p=0,001$ y $p=0,02$), respectivamente.

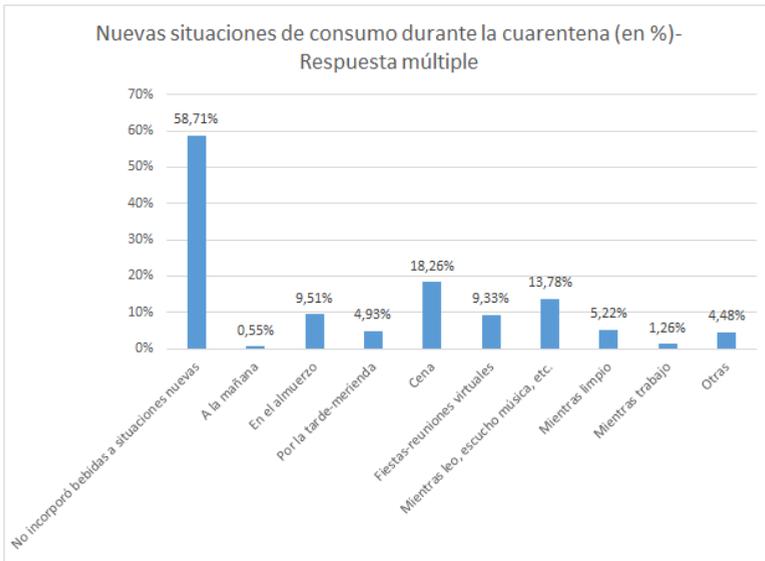


Gráfico N° 2: Nuevas situaciones de consumo durante la cuarentena (en %)-Respuesta múltiple.

También indagamos si a partir de la cuarentena habían incorporado el consumo de bebidas alcohólicas a nuevas situaciones de su vida cotidiana. Casi el 60% de las personas que consumieron bebidas alcohólicas durante la cuarentena no las incorporó a nuevas situaciones. Entre quienes sí lo hicieron, el mayor porcentaje corresponde a quienes lo incorporaron en la cena y/o mientras leen, escuchan música o miran televisión.

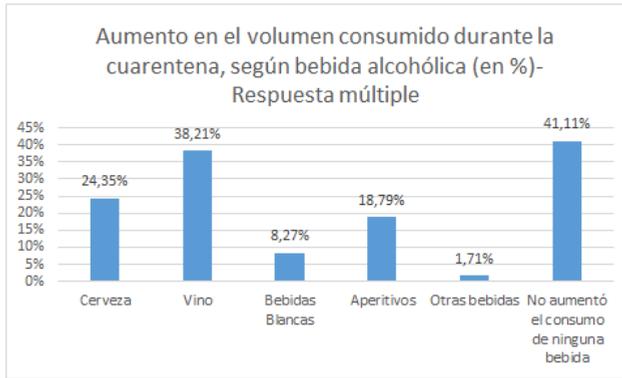


Gráfico N° 3: Aumento en el volumen consumido durante la cuarentena, según bebida alcohólica (en %)-Respuesta múltiple.

Por otra parte, exploramos si, a partir de la cuarentena, habían aumentado el volumen consumido de ciertas bebidas alcohólicas. Entre quienes afirmaron haber consumido alcohol, el 41% no aumentó el volumen de ninguna bebida alcohólica, mientras que el 38% aumentó el consumo de vino y el 25% de cerveza.

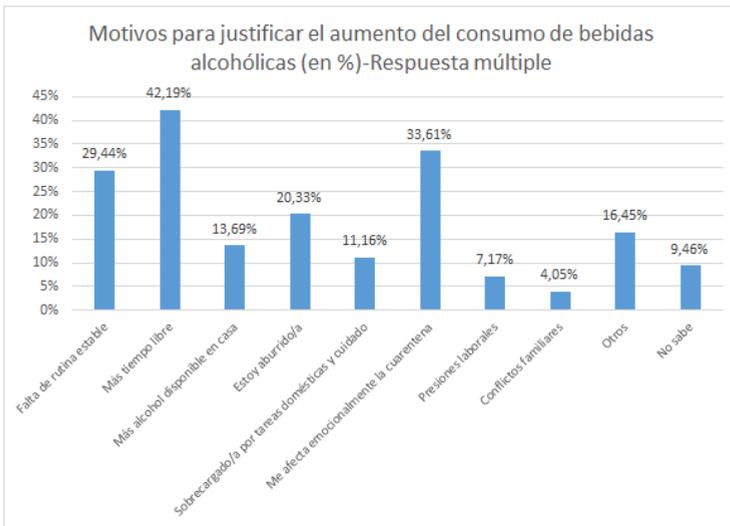


Gráfico 4-Motivos para justificar el aumento del consumo de bebidas alcohólicas (en %)-Respuesta múltiple.

Entre quienes afirman haber aumentado el consumo de bebidas alcohólicas, el 42,19% dice haberlo hecho por tener más tiempo libre, un motivo señalado en mayor medida por los varones que por las mujeres (48% vs. 39%). El segundo motivo más mencionado fue la afectación emocional que les provoca la cuarentena, respuesta dada por un tercio de quienes aumentaron su consumo de bebidas alcohólicas. Aquí hay un punto de contacto con la encuesta realizada por la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Córdoba (16). De acuerdo con dicho informe, los principales motivos mencionados por las personas encuestadas para aumentar el consumo de sustancias psicoactivas (incluyendo las bebidas alcohólicas) fueron la ansiedad (57%) y la necesidad de relajación (47%). Por último, en nuestra encuesta casi tres de cada 10 personas señalaron como motivo el hecho de no tener una rutina estable. Este fue señalado en mayor proporción por las mujeres que por los varones (32% vs. 25%) ($p=0,003$).

Estos tres motivos para justificar el aumento del consumo fueron mencionados en mayor medida por las personas más jóvenes. En los grupos de 18 a 24 años y de 25 a 34 años, cada una de estas razones fue señalada por el 50% de quienes declaran haber aumentado su consumo en dichos grupos.

Aun cuando afirman estar consumiendo mayor cantidad de alcohol que antes de la cuarentena, el 90% de las personas que efectivamente aumentaron su consumo no consideran que sea problemático. En otros términos, señalaron que no afecta su salud, sus vínculos relacionales (familiares, de pareja y amistades) y/o su trabajo.

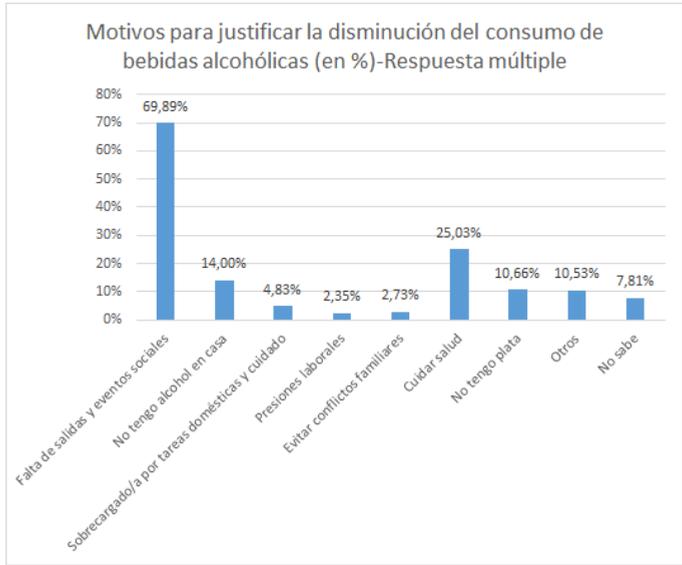


Gráfico N° 5: Motivos para justificar la disminución del consumo de bebidas alcohólicas (en %)-Respuesta múltiple

Entre quienes afirman haber disminuido el consumo de bebidas alcohólicas en la cuarentena, el 70% mencionó como motivo la falta de salidas o eventos sociales. Esto se observa especialmente en el grupo de 18 a 24 años (86% de quienes disminuyeron el consumo en este grupo etario señala este motivo) y en el de 25 a 34 años (77%). Lo que se deduce de ello es que, en estas edades más jóvenes, el consumo de alcohol presenta una fuerte asociación con eventos sociales y salidas de esparcimiento. Por otra parte, un 25% mencionó que redujo el consumo para cuidar su salud. Esto se observa especialmente en el grupo de 55 años y más (37%) y entre los varones (29% contra 22% entre las mujeres) ($p=0,001$).

Discusión

La situación excepcional provocada por la pandemia de COVID-19 trastocó las estrategias habituales de construcción de evidencia empírica de las ciencias sociales. Con el objetivo de dar cuenta de los cambios en los patrones de consumo de bebidas alcohólicas y ante la imposibilidad de emplear técnicas que exigieran la presencialidad optamos por una encuesta *online*. Un elemento a considerar es que las personas consumidoras de alcohol pueden estar sobrerrepresentadas, es decir, que sean una proporción mayor de la muestra que lo que son en la sociedad en su conjunto, ya que existe la posibilidad de que quienes no toman bebidas alcohólicas se autoexcluyeran del estudio. Al momento de aplicar esta técnica, deben tenerse en cuenta sus potencialidades, pero también sus limitaciones, como venimos señalando a lo largo de todo el artículo.

Entre las desventajas se encuentra la dificultad para elaborar muestreos probabilísticos

que permitan generalizar los hallazgos a un conjunto poblacional más amplio. Por otra parte, en consonancia con otros trabajos que aplicaron esta técnica, quienes responden las encuestas *online* son, mayoritariamente, personas con un perfil más joven y un mayor nivel educativo. Por tal motivo, al momento de aplicar encuestas *online* debe tomarse en consideración la brecha digital (19) (21).

Las encuestas *online*, al igual que toda encuesta autoadministrada, ofrece a quien la responde la posibilidad de reflexionar y contestar a su ritmo, seleccionando el mejor momento y empleando el tiempo que precise. Por otra parte, facilita la posibilidad de expresar respuestas menos aceptadas socialmente, en particular, cuando se trata de temáticas delicadas (22) (23) (24).

El dato según el cual nueve de cada 10 personas que afirmaron haber aumentado el consumo de bebidas alcohólicas durante la cuarentena no conciben su consumo como problemático resulta consistente con las reacciones que observamos ante la propuesta de la encuesta. No sólo hubo una amplia aceptación a responder y circular la encuesta, sino que también habilitó (en redes sociales y grupos de *WhatsApp*) conversaciones abiertas sobre cuánto alcohol se estaba consumiendo y la circulación de chistes y *memes* al respecto. Este panorama funciona como indicio de la alta legitimidad social y tematización pública de esta práctica, al menos en los sectores medios universitarios alcanzados por esta encuesta. No obstante, y tal como analiza Gómez Moya (25), no podemos descuidar la ambivalencia entre el modo en que la sociedad se manifiesta, tolera y propicia el consumo de alcohol y la censura social que afecta a las personas que comienzan a tener episodios de consumo excesivo o generan dependencia con el alcohol.

El problema del uso de alcohol no puede analizarse sin considerar el desarrollo de la producción de bebidas alcohólicas y su impacto en la economía de los países (2). Como afirman Mc Cambridge *et al.* (26), los actores de la industria del alcohol son altamente estratégicos, retóricamente sofisticados y están bien organizados. Por ello, resulta clave que el Estado tenga un lugar prioritario en la regulación y el control de la publicidad y venta de las sustancias, así como en la planificación de políticas de prevención y cuidado. El informe del Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación (5) es crítico sobre los alcances de esta regulación en Argentina: “La ley 24.788 de Lucha contra el Alcoholismo sancionada en el año 1997 y reglamentada en el año 2009 no cumple con los estándares internacionales (...) Es evidente que la normativa en materia de control de consumo nocivo de alcohol debe ser actualizada”.

Ante el hecho de que el 45% de las personas encuestadas haya aumentado el consumo de alcohol durante la cuarentena, de que este incremento se haya registrado especialmente en adultos (de 35 a 54 años) y del contexto particular, deben reformularse las estrategias preventivas durante el aislamiento y distanciamiento social obligatorio producto de la pandemia de COVID-19. Las recomendaciones sobre los riesgos del consumo abusivo ya no deben centrarse en los espacios de sociabilidad nocturnos, sino que deben enfocarse en el consumo hogareño. Es fundamental que las políticas preventivas y de atención tomen en consideración las posibles situaciones de vulnerabilidad asociadas al consumo problemático de sustancias en población adulta y no solamente las que atraviesan los y las jóvenes.

Conclusiones

La crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 ha impactado en múltiples ámbitos de nuestras vidas. También las medidas para mitigar sus consecuencias han tenido efectos en los hábitos.

Los resultados de nuestra encuesta, en línea con algunos otros estudios locales sobre el aislamiento, muestran numerosos y diversos cambios en el consumo de bebidas alcohólicas, al menos para un porcentaje significativo de la población alcanzada por esta investigación. Precisamente por el perfil de la muestra (población mayoritariamente femenina y con un

alto nivel de educación formal en su gran mayoría), este relevamiento nos permitió dar cuenta de los consumos de bebidas alcohólicas en un grupo poblacional en el que el tema no ha sido muy estudiado.

Casi la mitad de las personas encuestadas declara haber aumentado el volumen de bebidas alcohólicas consumidas en la cuarentena. Se trata del 45%, frente a sólo un 21% que declara haberlo reducido.

Entre las razones para tomar más alcohol, prevalecen las que suponen una desorganización del tiempo (42,2% porque tienen más tiempo libre y 29,4% por la falta de una rutina estable) y la afectación emocional provocada por la cuarentena (33,6%). Quienes afirmaron estar consumiendo menos alcohol durante la cuarentena, señalaron mayoritariamente la falta de salidas o eventos sociales (70%). Un 25% mencionó que buscó priorizar su salud. Este motivo fue mencionado en mayor medida por los varones y el grupo etario de 55 años y más.

Durante la cuarentena crecieron los dos extremos de la frecuencia de consumo. Por un lado, se duplicó el número de quienes no toman bebidas alcohólicas. Por el otro, se triplicó la cantidad de personas que toman todos los días.

Durante la cuarentena, algunas personas encuestadas incorporaron el consumo de bebidas alcohólicas a nuevas situaciones de la vida cotidiana. Entre quienes consumieron, casi un 20% comenzó a tomar alcohol durante la cena y cerca de un 15% mientras lee o escucha música o mira televisión, películas o series. Por otro lado, quienes consumieron alcohol durante la cuarentena dieron cuenta del aumento en ciertas bebidas, especialmente el vino (el 40% de estas personas aumentó el volumen consumido) y la cerveza (25% de los casos).

Pese a estos cambios en los patrones de consumo, resulta significativo que 9 de cada 10 personas que declaran haber tomado más durante la cuarentena no crean que esto afecte su salud, sus vínculos (familiares, de amistades y de pareja) o su trabajo. Es decir, no consideran su consumo problemático para alguna dimensión relevante de sus vidas.

Agradecimientos

Este estudio contó con la colaboración en la elaboración y circulación del cuestionario de: Ana Laura Azparren, Geraldina Dana, Mónica Di Risio, Joaquín Guevara, Stephanie Lerner, Analía Quintáns, Romina Ramirez, Agustina Rossi Lashayas y Cecilia Touris, integrantes del equipo de investigación. Este trabajo se enmarca y cuenta con el apoyo financiero de dos proyectos: UBACYT 20020170100531BA (Universidad de Buenos Aires) y PIP 11220170100945C (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas).

Referencias bibliográficas

1. Kornblit AL, Camarotti AC, Di Leo PF. Brindemos con salud. Buenos Aires: Novedades Educativas; 2014.
2. Duffy D. Consumo de alcohol: principal problemática de salud pública de las américas. *Psiencia, Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*. 2015; 7 (2): 371-382. doi: 10.5872/psiencia/7.2.122
3. WorldHealthOrganization. Global Status Report on Alcohol and Health [Internet]. Geneva. WHO; 2018 [citado 12 jul 2020]. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/274603/9789241565639-eng.pdf?ua=1&ua=1>
4. Griswold M, et al. Alcohol Use and Burden for 195 Countries and Territories, 1990-2016: A Systematic Analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *The Lancet*. 2018; 392(10152): 1015-1035. doi: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31310-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31310-2)
5. Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación. Diagnóstico de situación sobre el consumo de alcohol en Argentina y recomendaciones para la puesta en marcha de políticas sanitarias [Internet]. Argentina: 2019 [citado 12 jul 2020]. Disponible en: <http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001747cnt->

- [consumo_alcohol_argentina-11-2019.pdf](#)
6. Organización Panamericana de la Salud. La carga de los trastornos mentales en la Región de las Américas [Internet]. Washington, D.C.: 2018 [citado 12 jul 2020]. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/49578/9789275320280_spa.pdf?sequence=9&isAllowed=y
 7. Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación. Informe definitivo de la 4º Encuesta Nacional de Factores de Riesgo [Internet]. Argentina: 2019 [citado 12 jul 2020]. Disponible en: http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001622cnt-2019-10_4ta-encuesta-nacional-factores-riesgo.pdf
 8. Cremonte M, Biscarra MA, Conde K, Cherpitel CJ. Epidemiology of alcohol consumption and related problems in Latin American countries: Contributions of psychology. *International Journal of Psychology: Journal International de Psychologie*. 2018; 53(4): 245-252. doi: <https://doi.org/10.1002/ijop.12373>
 9. García-Álvarez L, Fuente-Tomás L, Sáiz P, García-Portilla M, Bobes J. ¿Se observarán cambios en el consumo de alcohol y tabaco durante el confinamiento por COVID-19? *Adicciones*. 2020; 32(2): 85-89. doi: <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.1546>
 10. Chick J. Alcohol and COVID-19. *Alcohol and Alcoholism*. 2020; agaa 039. doi: <https://doi.org/10.1093/alcalc/agaa039>
 11. Clay JM, Parker MO. Alcohol use and misuse during the COVID-19 pandemic: a potential public health crisis? *The Lancet Public Health*. 2020; 5(5): e259. doi: [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(20\)30088-8](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(20)30088-8)
 12. Colbert S, Wilkinson C, Thornton L, Richmond R. COVID-19 and alcohol in Australia: Industry changes and public health impacts. *Drug and Alcohol Review*. 2020; doi: <https://doi.org/10.1111/dar.13092>
 13. Reynolds J, Wilkinson C. Accessibility of ‘essential’ alcohol in the time of COVID-19: Casting light on the blind spots of licensing? *Drug and Alcohol Review*. 2020; 39(4): 305-308. doi: <https://doi.org/10.1111/dar.13076>
 14. Rehm J, Kilian C, Ferreira-Borges C, Jernigan D, Monteiro M, Parry CDH, Sanchez ZM, Manthey J. Alcohol use in times of the COVID 19: Implications for monitoring and policy. *Drug Alcohol Rev*. 2020; 39(1): 301-304. doi: <https://doi.org/10.1111/dar.13074>
 15. Centro Argentino de Prevención Laboral en Adicciones. Estudio sobre las Adicciones en el Ámbito Laboral del Teletrabajo en esta cuarentena por el COVID-19 en Argentina. 2020.
 16. Gómez R, Serena F, Colasanti E, Santillán AV. Encuesta nacional sobre el consumo de sustancias psicoactivas en cuarentena. Unidad de Estudios Epidemiológicos en Salud Mental, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba. Argentina; 2020.
 17. Etchevers MJ, Garay CJ, Putrino N, Grasso J, Natalí V, Helmich N. Salud Mental en Cuarentena. Relevamiento del impacto psicológico a los 7-11 y 50- 55 días de la cuarentena en población argentina [Internet]. Observatorio de Psicología Social Aplicada, Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires (Argentina); 2020 [actualizado 19 may 2020; citado 12 jun 2020]. Disponible en: <http://www.psi.uba.ar/opsa/#informes>
 18. Graft L. Assessing internet questionnaires: the online pretest lab. En: Batinic B, Reips UD, Bonja M, Werner A, (eds.). *Online Social Sciences*. Seattle: Hogrefe and Huber; 2002.
 19. Díaz de Rada V. Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet. *Papers*. 2012; 97(1): 193-223. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v97n1.71>
 20. Directorio del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Resolución 2657/2006 de lineamientos para el comportamiento ético en las Ciencias Sociales y Humanidades, Argentina, 11 diciembre 2006.

21. Marsden J, Darke S, Hall W, Hickman M, Holmes J, Humphreys K, Neale J, Tucker J, West R. Mitigating and learning from the impact of COVID-19 infection on addictive disorders. *Addiction*. 2020; 115:1007–1010. doi: <https://doi.org/10.1111/add.15080>
22. Duffy B, Ternhanian G, Bremer J, Smith K, Comparing data from online and face-to-face surveys. *International Journal of Market Research*. 2005; 47: 615-639. doi: <https://doi.org/10.1177/147078530504700602>
23. Kreuter F, Presser S, Tourgeangeau R. Social desirability bias in CATI, IVR and Web Surveys. *Public Opinion Quarterly*. 2008; 72(5): 847-865. doi: <https://doi.org/10.1093/poq/nfn063>
24. Heerwegh D. Explaining the intention to participate in a web survey: a test of the theory of planned behavior. *International Journal of Social Research Methodology*. 2009; 12(3): 181-195. doi: <https://doi.org/10.1080/13645570701804235>
25. Gómez Moya J. Algunas reflexiones sobre el alcoholismo femenino. *Cuadernos De Trabajo Social*. [Internet], 2005; 17: 83-98. [citado 12 jun 2020]. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/CUTS0404110083A>
26. Mc Cambridge J, Mialon M, Hawkins B. Alcohol industry involvement in policy making: A systematic review. *Addiction*. 2018; 113(9): 1571-1584. doi: <https://doi.org/10.1111/add.14216>