

The State of Underage Drinking in North Carolina

Quantitative Executive Summary

Metodología de encuesta a los padres

McLaughlin & Associates llevó a cabo una encuesta con 500 padres de estudiantes de escuela media y secundaria en todo el estado, entre el 15 y el 24 de febrero de 2016. Este es un estudio único en el cual entrevistadores profesionales realizaron las entrevistas vía telefónica. A todos los participantes se les prometió confidencialidad y que sus respuestas personales se mantendrían privadas. La selección de la entrevista se realizó al azar con unidades geográficas determinadas. Estas unidades se estructuraron estadísticamente para correlacionarlas con los modelos apropiados de población. El margen de error de la muestra de 500 padres está dentro del +/- 4.5 % con un 95 % de intervalo de confianza. Los resultados de la encuesta en este resumen se han redondeado y puede que no sea igual al 100 %.

Resumen de la encuesta a los padres y hallazgos claves

La encuesta realizada entre padres de estudiantes de escuela media y secundaria demuestra que la campaña TalkItOutNC se ha mantenido relevante al llegar al público al que se desea llegar y la influencia en las actitudes y comportamientos de los padres con relación al consumo de alcohol por parte de menores de edad. Esta encuesta también ilustra lo que los padres creen que hablando con sus hijos sobre cómo el consumo de bebidas alcohólicas afecta la salud del cerebro y el desarrollo sería una manera efectiva para influir en su decisión sobre el consumo de alcohol. La gran mayoría de padres ven los mensajes relacionados a la salud del cerebro y su desarrollo como argumentos convincentes para reducir el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad. Con el fin de mantener y hacer crecer la campaña, se necesita mantener un enfoque continuo y a largo plazo.

Los resultados de la encuesta muestran que la publicidad pagada de la campaña TalkItOutNC ha continuado de manera exitosa llegando al público de padres al que querían llegar. Al igual que aquellos que recuerdan el anuncio de la encuesta del año pasado (49 % de las personas recuerdan el anuncio de televisión), aproximadamente la mitad (46 %) recuerda haber visto, oído o leído sobre el anuncio que habla de tratar de detener el consumo de alcohol. El número de padres que recuerdan el anuncio es mayor en los mercados de medios de Raleigh, Greensboro y del Este. Los padres afroamericanos recuerdan más el anuncio que los padres de raza blanca o de origen hispano. También lo recuerdan más los hombres que las mujeres.

Durante los últimos meses, ¿ha visto, leído o escuchado cualquier anuncio sobre detener el consumo de alcohol por menores de edad?

	Total	Raleigh	Charlotte	Greensboro	Wilmington	Este	Oeste
Sí	46	51	41	56	41	52	19
No	53	48	59	44	59	48	79

*Este = Mercados de Greenville-New Barn, Myrtle Beach y Norfolk

*Oeste = Mercados Atlanta, Chattanooga y Greenville-Asheville

	Blancos	Afroamericanos	Hispanos	Hombres	Mujeres
Sí	45	50	39	50	44
No	54	50	61	49	56

- Las principales respuestas textuales que dieron sobre los avisos son: “consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad” (12 %), “no tomar y conducir” (12 %), “no esperar” (11 %), “muerte, discapacidad o lesión” (9 %), “accidentes o choques” (8 %), “hablar con los hijos sobre el consumo de alcohol” (8 %), “severidad o peligro” (7 %), “no consumo de alcohol por menores de edad” (6 %), “padres con hijo discapacitado” (4 %), “anuncio triste o negativo” (3 %), “táctica del miedo” (3 %), “influencia de los padres” (2 %).
- Una tercera parte (36 %) han oído hablar del sitio de internet TalkitOutNC.org, lo que significa 7 puntos más que la encuesta anterior (29 %). Entre aquellos que recuerdan el anuncio, 49 % han escuchado sobre esta página de internet.
- Entre todos los padres, 7 % visitaron el sitio de internet TalkitOutNC.org, siendo un resultado similar a la encuesta anterior. El porcentaje aumenta ligeramente a 9 % sobre si recuerdan el anuncio. Si el hacer que los padres visiten la página de internet es una prioridad, el sitio de internet necesitará que sea resaltado más en la publicidad.
- Nueve de cada diez padres (92 %) han hablado con sus hijos sobre el consumo de alcohol por menores de edad, lo que se acerca mucho a los resultados de la encuesta previa (94 %).

La frecuencia en la que los padres hablan con sus hijos sobre el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad ha bajado un poco en comparación con la encuesta anterior; sin embargo, la diferencia está dentro del margen de error de la encuesta. La respuesta “rara vez” comunica virtualmente lo mismo que anteriormente. La frecuencia de comunicación es

mayor entre aquellos que han visto, leído o escuchado del anuncio que entre aquellos que no lo recuerdan.

¿Diría usted que habla con sus hijos frecuentemente, algunas veces o rara vez sobre el abuso de bebidas alcohólicas por menores de edad?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
Frecuentemente	33	43	39	41	36
Algunas veces	48	41	46	47	46
Rara vez	19	16	15	12	17
No sabe	0	1	1	0	1

Tal como se observó en la encuesta anterior, más de cuatro de cada cinco adultos hablaron con sus hijos en los últimos meses, sobre el consumo de alcohol por menores de edad. Los resultados ilustran que la campaña pagada en los medios ha tenido un impacto sobre lo que los padres hablan con sus hijos. Si ellos recuerdan el anuncio, el 91 % ha hablado con sus hijos sobre el consumo de alcohol por menores de edad. Si no recuerdan el aviso, el porcentaje baja a 74 %; una diferencia neta de 17 puntos.

Específicamente, ¿ha hablado en los últimos meses con sus hijos sobre el abuso del alcohol o el consumo de alcohol por menores de edad?

	4/9/15	2/24/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
SÍ	86	83	91	74
No	13	16	8	24
Don't Know	1	1	1	2

Más de cuatro de cada cinco padres continúan viendo el consumo de alcohol por menores de edad como un problema en su comunidad. Aunque el porcentaje de padres que lo consideran un problema “serio” se mantiene virtualmente igual al 43 %, los resultados muestran que la campaña en los medios ha influido en este grupo. Si ellos recuerdan un anuncio, el 47 % dice que el problema es serio en comparación con el 40 % de aquellos que no recuerdan el anuncio.

¿Considera que los niños que comienzan a consumir bebidas alcohólicas antes de los 15 años de edad es una crisis, un problema, pero no una crisis o no es un problema?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
Problema	84	87	84	85	84
Serio	37	44	43	47	40
Menor	47	43	42	38	45
No es un problema	10	7	10	10	10
No sabe	6	5	6	6	6

El nivel de preocupación de los padres de que sus hijos consuman alcohol continúa estando mucho más distante que su preocupación sobre el consumo de alcohol por menores de edad en su comunidad. Tal como se observa anteriormente, un 84 % ve el consumo de alcohol por menores de edad como un problema en su comunidad, lo que incluye un 43 % que dice que es un problema “serio”. En contraste, el 59 % dice preocuparse sobre el consumo de alcohol por parte de sus hijos y solo el 19 % dicen estar “muy” preocupados. La inquietud general sobre el consumo de alcohol por parte de sus hijos se mantiene igual a la última encuesta. El porcentaje de estos que están “muy” preocupados está un poquito más alto. El porcentaje de los “muy” preocupados es 6 puntos mayor entre aquellos padres que recuerdan el anuncio en comparación con los padres que no lo recuerdan.

¿Qué tanto le preocupa que sus hijos consuman alcohol?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
Preocupado	64	59	59	60	59
Muy preocupado	18	16	19	23	17
Algo preocupado	46	43	40	37	42
Nada preocupado	36	41	40	40	40

La edad promedio en la que los padres piensan que es apropiado comenzar a hablar con sus hijos sobre el abuso de alcohol y consumo de alcohol por menores de edad es de 10.3 años de edad, lo que esencialmente refleja lo mismo que la última encuesta (10.4). Un poco menos de la mitad (48 %) piensa que es correcto comenzar a hablar con sus hijos a los 10 años de edad o menos. Entre aquellos padres que recuerdan el anuncio, la mayoría (52 %) piensa que es apropiado comenzar a hablar con sus hijos cuando tienen 10 años de edad o menos. Este grupo es el 44 % entre aquellos

padres que no recuerdan el anuncio. La edad medida para comenzar la conversación es de 9.8 (de los que recuerdan el anuncio) y de 10.7 (de aquellos que no lo recuerdan).

La mayoría de los padres cree que los amigos influyen más que los padres en cuanto al consumo de alcohol por parte de menores. El porcentaje que indica que los padres tienen más influencia aumentó un poco desde la última encuesta y parece que los anuncios han tenido algo de impacto. El porcentaje dice que el resultado está 6 puntos por encima entre aquellos padres participantes que recuerdan el anuncio en comparación con aquellos que no lo recuerdan.

¿Quién o qué cree usted que tiene más influencia en los menores sobre si consumen o no alcohol?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
Amigos o compañeros	55	60	58	59	56
Padres	35	30	34	37	31
Los medios	8	7	6	4	9
Sistema escolar	1	1	1	0	2
No sabe	2	2	1	1	2

- Siete de cada diez padres (70 %) dicen que han hablado con sus hijos sobre lo que es bueno y malo para sus cerebros o cómo sus cerebros se desarrollan mientras crecen; sin embargo, la encuesta muestra que los padres hablan con poca frecuencia con sus hijos sobre cómo el alcohol afecta su cerebro. Solo una tercera parte (32 %) de los padres dicen que “siempre” hablan con sus hijos sobre los efectos del alcohol en su cerebro, pero la mayoría dice “algunas veces” (39 %), “rara vez” (19 %) o “nunca” (9 %). Los hombres dicen que las conversaciones son menos frecuentes que las mujeres (hombres: 43 %, siempre; 32 %, algunas veces; 25 %, rara vez; y 13 %, nunca; y las mujeres: 35 %, siempre; 43 %, algunas veces; 15 %, rara vez, 6 %, nunca)
- Casi la mitad (49 %) piensa que el cerebro de una persona se desarrolla antes de los 21 años de edad (menor de 15 años de edad, 11 %; entre 15 y 17 años, 10 %; y entre 18 y 20 años, 28 %). Dos de cada cinco padres (44 %) dicen que el cerebro se desarrolla completamente a los 21 años de edad o más y el 7 %, no sabe. La edad media de cuando los padres creen que el cerebro se desarrolla completamente es de 20.3 años de edad.

Nueve de cada diez padres (92 %) creen que el consumo de alcohol por menores de edad afecta de manera significativa la salud del cerebro y el desarrollo de adolescentes en escuela media y

secundaria. Cuatro de cada cinco padres (84 %) dicen que hablan con sus hijos sobre cómo el consumo de alcohol por menores de edad afecta la salud del cerebro y el desarrollo podría ser efectivo en la forma como influiría en su decisión sobre el consumo de bebidas alcohólicas. La mitad (50 %) dicen que sería “muy” efectivo. El porcentaje total efectivo está por encima del 80 % entre los grupos demográficos claves. El porcentaje de “muy” convincentes aumenta entre los padres con hijos e hijas, padres que hablan con sus hijos de manera frecuente sobre el consumo de alcohol por menores de edad y entre los afroamericanos.

¿Cree usted que hablar con sus hijos sobre cómo el consumo de alcohol por menores de edad afecta la salud de su cerebro y el desarrollo sería eficaz o ineficaz para influir sus decisiones sobre el consumo de alcohol?

	Total	14 años de edad o menos	15 años de edad o más	Sexo masculino únicamente	Sexo femenino únicamente	Ambos sexos
Eficacia	84	84	83	81	83	89
Muy eficaz	50	49	51	45	50	56
Algo eficaz	34	35	32	36	32	33
Ineficaz	13	13	14	16	15	9
No sabe	3	3	3	4	2	2

	Habla	Algunas veces habla	Rara vez habla	Blancos	Afroamericanos	Hispanos	Hombres	Mujeres
Eficacia	88	81	82	83	85	85	83	84
Muy eficaz	65	43	38	45	57	46	47	52
Algo eficaz	23	39	44	38	28	39	36	32
Ineficaz	9	16	17	14	14	13	15	13
No sabe	4	3	1	3	1	3	2	3

Todos los mensajes sobre cómo el alcohol afecta la salud del cerebro y el desarrollo concuerda con los padres. Más de cuatro de cada cinco padres consideran que las declaraciones son razones convincentes para hacer algo más que prevenir el consumo de alcohol por parte de menores de edad. Los mensajes también tienen intensidad con más o menos la mitad o más, que consideran que los mensajes son muy convincentes. Aunque todos los mensajes son fuertes, los tres mensajes a la cabeza son mensajes con evidencia científica que muestran que el consumo de alcohol por parte de menores de edad puede dañar las partes del cerebro responsables por el juicio, razonamiento, control de impulsos, aprendizaje y memoria; los adolescentes son menos sensitivos a los efectos sedativos del alcohol, incitándolos a que tomen más bebidas alcohólicas, lo

que puede llevarlos a un comportamiento de riesgo, violencia, sexo sin protección y lagunas mentales; y las imágenes del cerebro muestran que los adolescentes que toman en exceso tienen menos actividad cerebral y el cerebro más pequeños que aquellos que no toman alcohol.

Ahora voy a leer algunas declaraciones sobre cómo el consumo de alcohol por menores de edad afecta la salud del cerebro y el desarrollo. Dígame qué tan convincente usted cree que es cada declaración como un argumento para AYUDAR a hacer algo más que PREVENIR el consumo de alcohol por menores de edad.

Totalmente convincente o muy convincente	Total	14 años de edad o menos	15 años de edad o más	Blancos	Afroamericanos	Hombres	Mujeres
Evidencia científica muestra que el consumo de alcohol por parte de menores de edad daña las partes del cerebro responsables del juicio, razonamiento, control de impulsos, aprendizaje y memoria.	93/61	94/62	94/63	92/54	97/74	91/55	94/64
Los adolescentes son menos sensibles a los efectos sedantes del alcohol, lo que les hace tomar en exceso, y eso puede llevarlos tener comportamientos de riesgo, violencia, sexo sin protección y lagunas mentales.	88/60	87/60	92/62	87/56	90/68	85/55	91/64

Las imágenes del cerebro muestran que los adolescentes que toman en exceso tienen menos actividad cerebral y cerebros más pequeños que los que no consumen alcohol.	88/60	87/61	88/58	89/58	88/69	84/51	90/66
El cerebro no termina de desarrollarse sino hasta que la persona está en la mitad de sus 20 años. El prevenir el consumo de alcohol por parte de menores de edad ayudará a que el cerebro del adolescente tenga un desarrollo completo y saludable.	86/48	86/51	87/48	85/45	88/57	85/46	86/50
El alcohol mata al hacer que las funciones cerebrales que regulan la respiración cesen o se suspendan. Los adolescentes están en mayor riesgo de esto porque están fisiológicamente predispuestos a beber en exceso.	85/54	85/58	86/50	83/50	91/62	81/48	88/58

Metodología de encuesta al estudiante

McLaughlin & Associates llevó a cabo una encuesta con 300 estudiantes de escuela media y secundaria en todo el estado, entre el 15 de febrero y el 1 de marzo de 2016. Este es un estudio único en el cual entrevistadores profesionales realizaron las entrevistas vía telefónica. A todos los participantes se les prometió confidencialidad y que sus respuestas personales se mantendrían privadas. Antes de entrevistar a cada estudiante, el entrevistador recibió permiso por parte del padre o guardián del estudiante, para realizar la entrevista. La selección de la entrevista se realizó al azar con unidades geográficas determinadas. Estas unidades se estructuraron estadísticamente para correlacionarlas con los modelos apropiados de población. El margen de error de la muestra de 300 padres está dentro del +/- 5.7 % con un 95 % de intervalo de confianza. Los resultados de la encuesta en este resumen se han redondeado y puede que no sea igual al 100 %.

Resumen de la encuesta a los estudiantes y hallazgos claves

La encuesta realizada a estudiantes demuestra que la campaña publicitaria de TalkItOutNC continúa llegando a los estudiantes de escuela media y secundaria. Aunque los anuncios han sido dirigidos a los padres, las cifras sugieren que la campaña podría continuar influyendo positivamente las actitudes y comportamientos de los estudiantes. Los mensajes de la salud del cerebro y el desarrollo llegan a los estudiantes. La vasta mayoría de los estudiantes creen que ayudaría a parar el consumo de alcohol si los padres hablan con sus hijos sobre cómo el alcohol afecta la salud de sus cerebros y el desarrollo. Los estudiantes encontraron que los mensajes de la salud del cerebro y el desarrollo son razones convincentes para detener el consumo de alcohol por parte de menores de edad. La encuesta también resalta algunos de los retos que todavía enfrenta la campaña. La mayoría de los estudiantes conocen a personas de su misma edad que han probado el alcohol. La edad media de un estudiante que prueba el alcohol por primera vez es de 14 años de edad y dos de cada cinco estudiantes consumen bebidas alcohólicas, al menos, una vez al mes.

La campaña sigue siendo exitosa con el esfuerzo de colocación en los medios para llegar tanto a los padres como los estudiantes. Resultados similares a los del año pasado (59 % recuerdan el anuncio en televisión); la mayoría de los estudiantes (54 %) recuerda haber visto, escuchado o leído un anuncio sobre el detener el consumo de alcohol por parte de los menores de edad. Los estudiantes que recuerdan dan 8 puntos por encima a lo que recuerdan los padres (54 % a 46 %). El recordar el anuncio aumenta entre los estudiantes de los mercados de medios de Raleigh, Charlotte y Wilmington.

Durante los últimos meses, ¿has visto, leído o escuchado cualquier anuncio sobre detener el consumo de alcohol por menores de edad?

	Total	Raleigh	Charlotte	Greensboro	Wilmington	Este	Oeste
Sí	54	58	60	48	59	39	45
No	45	41	39	50	41	61	55

*Este = Greenville-New Barn, Myrtle Beach & Norfolk Markets

*Oeste = Mercados de Atlanta, Chattanooga & Greenville-Asheville

	Blancos	Afroamericanos	Hombres	Mujeres
Sí	53	52	53	54
No	46	48	47	44

- Las respuestas que más recuerdan sobre los anuncios son: “severidad o peligro”, (14 %); “el no consumo de alcohol por menores” (13 %), “no tomar y conducir” (11 %), “consumo de bebidas alcohólicas por menores” (10 %), “padres con hijos discapacitados” (8 %), “accidentes y choques” (5 %), “no esperar” (4 %), “hablar con los hijos sobre el consumo de alcohol” (4 %), “publicidad triste o negativa” (3 %), “policía o cárcel” (2 %) y “efectos en las vidas o relaciones” (2 %).
- Una tercera parte de los estudiantes (34 %) han escuchado de TalkItOutNC.org, lo que representa 5 puntos más que la encuesta anterior (29 %). Reconocer el sitio de internet es 20 puntos mayor entre estudiantes que recuerdan un anuncio publicitario en comparación con estudiantes que no recuerdan el anuncio (44 % a 24 %).

El porcentaje de estudiantes que dicen que sus padres han hablado con ellos sobre el consumo de alcohol ha aumentado de 78 % a 84 %; sin embargo, cerca de dos terceras partes (64 %) dicen que “algunas veces” y solo un 20 % dicen “mucho”. Menos de uno de cada cinco (16 %) dicen que sus padres “nunca” les han hablado sobre el alcohol. 93 % de los padres dicen que han hablado con sus hijos sobre el alcohol. Entre estos padres, el 39 % dice que ellos hablaron “frecuentemente” con sus hijos, 46 % dijeron “algunas veces” y el 15 %, “rara vez”. Aun cuando las preguntas no son idénticas, permanece evidente que los padres y los estudiantes recuerdan de manera diferente con qué frecuencia hablaron sobre el alcohol. Aunque no sabemos si ambos, padres e hijo recuerdan el anuncio publicitario en el mismo hogar, la comunicación entre padres e hijo es mayor entre estudiantes que recordaron un anuncio (91 %) en comparación con aquellos que no recuerdan el anuncio (77 %).

¿Dirías que tus padres hablan contigo sobre el consumo de alcohol mucho, algunas veces o nunca?

	7/28/14	4/9/15	3/1/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
Habla	81	78	84	91	77
Mucho	23	19	20	22	18
Algunas veces	58	58	64	69	59
Nunca hablan	18	21	16	9	23
No sabe	1	1	1	0	1

El porcentaje de estudiantes que dicen que sus padres han hablado con ellos en los últimos meses bajó de 64 % a 58 % en comparación con la última encuesta; sin embargo, los números muestran que es más probable que los estudiantes que recuerdan un anuncio tengan una conversación con sus padres que aquellos estudiantes que no recuerdan un anuncio. Con una diferencia de 23 puntos (69 % a 46 %), más de las dos terceras partes de los estudiantes dicen que sus padres han hablado con ellos sobre alcohol en los últimos meses.

Específicamente, ¿tus padres han hablado contigo sobre el abuso del alcohol o el consumo de alcohol por menores de edad durante los últimos meses?

	4/9/15	3/1/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
Sí	64	58	69	46
No	35	42	31	54
No sabe	1	0	0	0

Nueve de cada diez estudiantes (91 %) continúan creyendo que el uso de alcohol por personas de su misma edad es un problema. En general, el porcentaje de estudiantes que considera que el consumo por menores de edad es un problema “grande” subió un poco de 54 % a 59 %. El porcentaje combinado como “problema” es casi el mismo entre aquellos estudiantes que recuerdan o no un anuncio. La diferencia está entre los estudiantes que consideran el consumo de alcohol por menores de edad un problema “grande”. Los estudiantes que recuerdan un anuncio son más propensos a considerar el consumo de alcohol como un problema “grande” (65 % a 52 %).

¿Usted cree que el uso de alcohol por personas de su edad es un problema grande, un problema pequeño o no es un problema?

	7/28/14	4/9/15	3/1/16	Sí recuerda el anuncio	NO recuerda el anuncio
Problema	87	94	91	92	90
Grande	58	54	59	65	52
Pequeño	29	40	32	27	38
No es un problema	12	5	9	8	9
No sabe	1	1	0	0	1

- Virtualmente, la mitad (49 %) de los estudiantes cree que la mayoría de las personas de su edad se avergüenzan o tienen miedo de hablar con sus padres sobre el alcohol, lo cual ha disminuido un poco desde la última encuesta (55 %). Los estudiantes de secundaria son más propensos que los estudiantes de escuela media (54 % a 44 %) y las estudiantes de sexo femenino son más propensas que los de sexo masculino (53 % a 45 %) a pensar que las personas de su misma edad se avergüenzan o tienen miedo de hablar con sus padres sobre el alcohol.
- La mayoría de los estudiantes (55 %) saben que las personas de su misma edad que han hablado sobre el consumo de alcohol, ha bajado 5 puntos desde la última encuesta. Sin embargo, los estudiantes en esta encuesta son, más jóvenes, lo que ayuda en el conteo del movimiento. Una cuarta parte (27 %) de los estudiantes de escuela media y tres cuartas parte (75 %) de estudiantes de secundaria conocen a personas de su edad que han hablado sobre el consumo de alcohol.
- Dos de cada cinco estudiantes (40 %) continúan diciendo que más personas de su edad piensan que está bien tomar alcohol (43 % en la última encuesta). Una ligera pluralidad (54 %) dice que las personas de su misma edad piensan que no está bien consumir alcohol, lo que ha subido de 49 %. La población más joven en esta encuesta explica el cambio de opiniones. Entre los estudiantes de escuela media, el 14 % dice que las personas de edad piensan que está bien tomar alcohol. El porcentaje es cuatro veces mayor entre los estudiantes de escuela secundaria (57 %).

- Seis puntos por debajo desde la última encuesta, el 61 % de estudiantes conocen a personas de su edad que han probado el alcohol. De nuevo, el movimiento se puede atribuir al universo de estudiantes más jóvenes en esta encuesta. Esencialmente, una tercera parte (32 %) de estudiantes de escuela media conoce personas de su edad que han probado el alcohol. El porcentaje es dos veces y media más entre estudiantes de escuela secundaria (81 %).
- Parecido a la última encuesta, 13.9 años de edad es la edad media cuando los estudiantes dicen que personas de su misma edad han probado por primera vez el alcohol. La percepción de cuándo la gente prueba el alcohol por primera vez es diferente entre los estudiantes de escuela media (11.7 años de edad) y los estudiantes de escuela secundaria (14.4 años de edad).
- Cinco puntos por debajo de la última encuesta, dos de cada cinco estudiantes (42 %) conoce personas que han probado el alcohol al menos una vez el mes pasado. Una cuarta parte (25 %) tomó al menos una vez a la semana y 17 % tomó al menos una vez al mes. Una tercera parte (34 %) toma menos de una vez al mes. Esta pregunta obtiene una respuesta alta de No sé. Aproximadamente la mitad (48 %) de estudiantes de escuela secundaria toman al menos una vez al mes mientras que el 20 % de estudiantes de escuela media lo hace.
- Los estudiantes creen que el cerebro de una persona está completamente desarrollado a los 20 años de edad (19.9 media), lo que es similar a la percepción de los padres (20.3 media).
- La mayoría (61 %) dice que sus padres han hablado con ellos sobre cómo el alcohol afecta sus cerebros. En contraste, el 89 % de padres dicen que han hablado con sus hijos sobre los efectos del alcohol en sus cerebros (32 %, siempre; 39 %, algunas veces y 19 %, rara vez). El número de estudiantes que dicen que sus padres han hablado con ellos es un poco mayor entre estudiantes de escuela media (65 %) que con los estudiantes de escuela secundaria (59 %).
- Al igual que con los padres, nueve de cada diez (91 %) de estudiantes cree que el consumo de alcohol afecta de manera significativa la salud del cerebro y el desarrollo de los adolescentes de escuela media y secundaria. La creencia es un poco mayor entre estudiantes de escuela media (95 %) que con los estudiantes de escuela secundaria (89 %).
- Cuatro de cada cinco estudiantes (81 %) creen que ayudaría a detener el consumo de alcohol por menores de edad si los padres hablaran más con sus hijos sobre el alcohol y su consumo por parte de menores de edad, lo que ha subido 5 puntos. La mayoría del consenso es mayor entre estudiantes de escuela media (89 %) que los de escuela secundaria (75 %). La población más joven en esta encuesta ayuda a aumentar el conteo entre todos los estudiantes.

- Cerca de nueve de cada diez estudiantes (88 %) cree que ayudaría a detener el consumo de alcohol por menores de edad si los padres hablaran con sus hijos sobre cómo el consumo de alcohol por menores de edad afecta la salud de sus cerebros y el desarrollo. El consenso es mayor entre estudiantes de escuela media (93 %) que entre los estudiantes de escuela secundaria (85 %).

Entre el 83 % y el 89 %, la gran mayoría de estudiantes encuentra que cada uno de los mensajes puede ser una razón convincente para detener el consumo del alcohol entre menores de edad. Los porcentajes son mayores entre los estudiantes de escuela media que entre los de escuela secundaria. La mayor diferencia por raza de estudiantes blancos por un margen de 10 puntos (84 % a 74 %) responde más al mensaje sobre el cerebro que no se desarrolla hasta que la persona cumple alrededor de 25 años de edad. Por género, el mensaje sobre que los adolescentes son menos sensitivos a los efectos sedantes del alcohol y más propensos a tomar en grandes cantidades es más fuerte entre estudiantes de sexo femenino que de sexo masculino (88 % a 77 %). A la inversa, el mensaje sobre que el cerebro no ha terminado de desarrollarse hasta que las personas cumplan alrededor de los 25 años de edad se inclina más fuerte entre estudiantes de sexo masculino que del sexo femenino (87 % a 79 %).

Por favor, díganme si cada una de las siguientes declaraciones es una razón convincente para detener el consumo de alcohol entre menores de edad.

Sí, porcentaje	Total	Escuela media	Escuela secundaria	Blancos	Afroamericanos	Hombres	Mujeres
Evidencia científica muestra que el consumo de alcohol puede dañar partes del cerebro responsables del juicio, razonamiento, control de impulsos, aprendizaje y memoria.	89	93	85	90	87	90	87
El alcohol mata al hacer que las funciones cerebrales que regulan la respiración cesen o se suspendan riesgo, ya que son más propensos a beber en exceso.	88	90	87	88	89	86	90
Imágenes del cerebro muestran que adolescentes que han tomado en exceso tienen menor actividad cerebral y cerebros más pequeños que los que no toman.	85	87	83	86	81	84	87

<p>Los adolescentes son menos sensibles a los efectos sedantes del alcohol, lo que los hace más propensos a tomar en exceso, lo que puede llevarlos a comportamientos de riesgo, violencia, sexo sin protección y lagunas mentales.</p>	83	88	80	84	81	79	88
<p>El cerebro no termina de desarrollarse completamente hasta que la persona cumple alrededor de los 25 años. Prevenir el consumo de alcohol por menores de edad ayudará al cerebro del adolescente a tener un desarrollo completo y saludable.</p>	83	86	82	84	74	87	79