

MEDIDAS PREVENTIVAS PARA DISMINUIR LA DISPONIBILIDAD

Este tipo de medidas están basadas en la idea de que cuanto más disminuyan las posibilidades de adquirir alcohol, también lo harán las consecuencias de su utilización.

HORARIOS Y ESTABLECIMIENTOS

Es evidente que cuando hay una amplia disponibilidad de alcohol, aumenta su consumo y en consecuencia aumentan los efectos secundarios del uso del mismo. En nuestro país conseguir una bebida alcohólica a cualquier hora del día es más fácil que conseguir una barra de pan o una botella de leche. La diversidad de establecimientos que venden alcohol va desde un bar a un hotel, desde un puesto callejero a una tienda de alimentación, restaurantes, grandes superficies, tiendas abiertas 24 horas, pubs, discotecas, etc. Por tanto, la limitación de lugares y de horarios para los jóvenes podría representar una estrategia útil para disminuir el acceso al alcohol.

LEYES

Disminuir la disponibilidad de alcohol mediante leyes determinaría seguramente una disminución del consumo, pero en ningún momento supondría una solución al problema. Veremos qué sucede con leyes como la reciente prohibición de venta de alcohol en las gasolineras, en una pretensión de disminuir el consumo entre los adolescentes.

SANCIONES

Es evidente que existen leyes sobre la venta de alcohol a determinadas edades, pero su cumplimiento deja mucho que desear y son muchos los adolescentes que compran el alcohol sin tener la edad legal para ello. En España, está limitada a los 16-18 años dependiendo de las diferentes autonomías. Sería deseable una ley nacional que limitara el uso legal del alcohol a los 18 años. La limitación de la edad legal en la que el sujeto puede comenzar a beber retrasa la edad de inicio del consumo.

SOBRE EL PRECIO

Lo que sucede cuando se aumenta el precio del alcohol nos lo dice la experiencia. En España ya son varios los años en que el incremento moderado de los precios no se traduce en una disminución del consumo del mismo. Pero estudios en otros países nos permiten saber que fuertes incrementos del precio, que se acompañan de campañas informativas sobre los problemas derivados del abuso del alcohol, consiguen disminuir el consumo del mismo. Desde luego ante los sujetos que tienen una dependencia, ésta es una medida muy poco útil, aunque existen divergencias sobre esta medida. Sin embargo, no debemos olvidar que un aumento excesivo en el precio del alcohol haría que se disparase la fabricación de alcoholes fraudulentos y de baja calidad, con la grave incidencia que esto tiene sobre la salud pública. Por tanto el incremento paulatino del precio de las bebidas alcohólicas sería una política de partida para llegar a precios elevados, siempre que se acompañe de una buena campaña de información sobre los efectos y los costes del problema del alcohol.

MEDIDAS PARA MODIFICAR LA VALORACIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

LA CULTURA

Como ya hemos visto anteriormente, el alcohol forma parte de nuestra cultura. La sociedad da una gran importancia al culto del cuerpo, hay que tener buen tipo, hay que comer sano y nos ha descubierto, en España, la llamada «dieta mediterránea», dieta sana donde las haya y a la cual se han enganchado algunas industrias. Dado que una parte integrante de la dieta mediterránea es un vaso de vino en las comidas y que es una dieta realmente sana, la publicidad se encarga de recordárnoslo con insistencia, fomentando de manera indirecta el consumo de alcohol.

PUBLICIDAD

En España existe una ley que prohíbe anunciar bebidas alcohólicas de más de veinte grados en la televisión. Es importante pararnos a pensar en la importancia de la publicidad y en que una disminución de ésta se sigue de un descenso en el consumo de alcohol, en especial en los adolescentes. Es evidente que se podrían redactar leyes sobre la publicidad que afectaran a todos los medios de comunicación, como prensa y radio, y no sólo a las televisiones. Esto tendría unas consecuencias que hay que sopesar con mucha precaución. Pongamos un ejemplo, los suplementos dominicales de los periódicos nacionales contienen en cada número varios anuncios de alcohol. Si esta publicidad desapareciera, los editores tendrían que subir de forma considerable su precio o dejar de editarlos. En algunos países se han llevado a cabo experiencias como la de suprimir la publicidad de bebidas alcohólicas y no han conseguido el efecto deseado, ya que las principales marcas disminuyeron los precios, con lo que se

compensó el esperado descenso.

Campañas de publicidad encaminadas a potenciar el uso de bebidas sin alcohol, como los zumos, en un país donde hay tanta tradición agrícola, ayudarían a disminuir el consumo de alcohol.

Se ha mostrado muy útil la publicidad destinada a generar una sensación del riesgo de beber ante situaciones muy concretas como son el conducir o el embarazo, ya que en los países que se han realizado la siniestralidad de tráfico por el alcohol ha disminuido de forma notable.

Una actuación publicitaria de buen resultado es el eslogan de «alcohol, cuanto menos mejor», ya que no implica la prohibición de beber, ni implica las cantidades que hay que beber, ni que exista un consumo moderado que es bueno, ni que exista una cantidad a partir de la cual es malo beber, sino que de forma general pone el énfasis en que, en cualquier circunstancia, cuanto menos se beba, mejor.

EDUCACIÓN PARA LA SALUD

Es evidente que programas de educación para la salud, correctamente realizados, no sólo en las escuelas, sino también en los medios de comunicación, servirían para dar a conocer otros estilos de vida más sanos, facilitando una percepción más exacta del problema con el alcohol y sus repercusiones. Proporcionar las habilidades sociales necesarias para aprender a rechazar las bebidas alcohólicas en una cultura como la nuestra, en la que las presiones sociales para el consumo son tan importantes, es un sistema que ha dado buenos resultados.

Hay que enseñar a los jóvenes a manejar su tiempo libre, ya que es evidente que tienen la idea de que el alcohol y la diversión es una misma cosa.

En cuanto a las actividades de ocio y tiempo libre, nos

PATRONES CULTURALES

Hay que evitar actitudes que fomenten el consumo. No son pocos los colegios que disponen de un bar en sus instalaciones y en las cuales el adolescente ve cómo el profesor bebe una cerveza en el almuerzo o cómo se toma una copita con el café. Qué decir hoy de la cultura del vino; parece que el que no entiende de vinos, que no sabe catarlos, que no conoce las buenas cosechas, es un inculto. No sólo hay que beber y saber beber, también hay que entender de vinos. Son las industrias alcoholeras las que potencian y promocionan esta actitud, como una forma de mantenerla. No es difícil abrir una revista médica de cualquier especialidad y encontrarnos con que se nos ofrece un curso rápido de cata de vinos, muchas veces «gratis», o una oferta especial para los médicos de vinos de una determinada región, a un precio especial, incluso con el detalle de que en la etiqueta de la botella se ponga el nombre del comprador.

TIEMPO LIBRE Y OCIO

Hay que enseñar a los jóvenes a manejar su tiempo libre, ya que es evidente que tienen la idea de que el alcohol y la diversión es una misma cosa.

En cuanto a las actividades de ocio y tiempo libre, nos encontramos con que muchas de ellas, que podrían ser utilizadas como alternativas al beber, se encuentran ya impregnadas de la bebida.

encontramos con que muchas de ellas, que podrían ser utilizadas como alternativas al beber, se encuentran ya impregnadas de la bebida

FIN DE SEMANA

Los jóvenes salen el fin de semana a divertirse y divertirse es beber, se sale en grupo y se bebe en grupo y siempre que se sale se bebe. Beber está en íntima relación con salir, con el ocio, con el tiempo libre. La asistencia a un concierto de un grupo musical no se puede entender si no se acompaña de alcohol y porros. Las fiestas del barrio, del pueblo o de la ciudad se festejan con abusos de alcohol para poder divertirse.

ACTIVIDADES ESCOLARES

No son pocos los estudiantes que aprovechan el momento del recreo para salir a tomar un bocadillo con una cerveza. Las fiestas escolares como motivo de diversión son evidentemente un momento para beber. No olvidemos la moda impuesta desde hace pocos años de que cuando acaban las clases y comienzan las vacaciones los alumnos se lanzan a la calle para celebrarlo emborrachándose. Conocemos también algunas discotecas donde se oferta una bebida alcohólica gratis a los alumnos por cada suspenso o cada aprobado obtenido. Las excursiones con el instituto o los viajes de fin de estudios son actividades en las que no falta el alcohol.

ACTIVIDADES FAMILIARES

Las familias en las que el padre y la madre beben y quizás también los hermanos mayores son una situación de riesgo. El beber en la comida hace que al adolescente se le dé vino con gaseosa. Cualquier celebración familiar es motivo para que el joven beba, se da de beber al hijo a veces para que no se sienta ajeno a la familia, «dales un poco de vino con gaseosa para que ellos también beban o para que sean más hombres», o dándoles licores de alta graduación con café. Lo mismo sirve a la hora del aperitivo familiar los domingos. Una excursión a comer al campo, las vacaciones de verano en la playa o las de invierno esquiendo permiten o incitan a que el adolescente beba.

ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Las actividades deportivas ya sea como participantes o como espectadores también pueden suponer un riesgo para el consumo de alcohol. Salir al campo para hacer una acampada es impensable sin alcohol. El fuego de campamento en el que antes se cantaba, se hablaba, se discutía, se jugaba, se ha convertido ahora en un motivo para beber. Ya no se habla, o se habla poco, ni se canta, se pone el aparato de música y junto a las canciones del momento se sacan las bebidas y a colocarse, habitualmente acompañado del acto grupal de fumarse un canuto. Si se va a hacer una marcha por el monte, se lleva la bebida porque así te cansas menos y aguantas mejor o quizás porque así se te pasa el frío. Practicar deporte es una inmejorable excusa para celebrar el triunfo o ahogar las penas de la derrota. La práctica de un deporte en grupo se ha convertido en una ocasión para seguir bebiendo. Antes de jugar el partido, hay que reunirse para preparar las tácticas, momento que se aprovecha para tomarse un café y una copa de coñac o de lo que sea porque, si es invierno, el alcohol quita el cansancio o el frío. Después del partido se juntan todos los amigos y se hace un almuerzo en el que no puede faltar el alcohol; se oye con frecuencia la petición al

camarero de «saca una caja de cervezas». Acudir a un espectáculo deportivo es motivo para beber antes, durante o después del espectáculo. Si en vez de practicar el deporte se acude a un espectáculo deportivo como espectador las circunstancias son similares. Antes de entrar al partido o al espectáculo se queda para tomar un café y una copa y durante el mismo también se bebe. Da igual que sea un partido de baloncesto, donde uno entra con una copa para animar a su equipo y sigue bebiendo durante el partido, que una carrera de automóviles, en la que los vendedores de alcohol pasan constantemente ofreciendo su mercancía o donde se instalan chiringuitos que venden comida y alcohol. Un deporte de moda como el esquí es también una buena excusa para beber: al acabar la jornada se acude a la discoteca a beber. No hay pista de esquí que no tenga una discoteca.

La creación de lugares o establecimientos alternativos donde se puedan reunir los jóvenes y no se consuma alcohol, como salas de juegos o de internet, podría ser una medida adecuada.

Se han llevado a cabo experiencias en otros países en donde la prevención va dirigida a las consecuencias del beber, haciendo que en grandes discotecas exista personal que sepa de primeros auxilios con lo que la prevención no va dirigida a la restricción de la bebida, sino a intervenir sobre sus consecuencias.

PREVENCIÓN DEL CONSUMO ACTUANDO SOBRE LAS CONSECUENCIAS

La lucha específica contra los problemas derivados de los accidentes de tráfico, mediante la disminución de los niveles de alcoholemia permitidos para conducir y el aumento de los controles preventivos de circulación vial, ha conseguido una reducción de los daños atribuibles al alcohol en los accidentes de tráfico.

Las otras estrategias preventivas derivadas de actuar sobre las consecuencias pertenecen al ámbito de la salud pública y se ponen en marcha en muchos de los centros sanitarios de nuestro país. Una de las más importantes es la detección precoz de los problemas por el consumo de alcohol. En este sentido es importante el incremento de la sensibilización de nuestros profesionales sanitarios hacia esta problemática. Además, una vez que se han instaurado problemas como la dependencia alcohólica son necesarias intervenciones tendentes a prevenir las complicaciones de la enfermedad, en las que los profesionales sanitarios vuelven a jugar un papel fundamental.

IMPORTANTE

La prevención es cosa de todos: padres, maestros y quienes conviven en sociedad.

No podemos pedir a nuestros hijos que no hagan una cosa que nosotros hacemos a diario.

Debemos inculcar desde pequeños hábitos saludables, que sean incompatibles con el uso de drogas.

En muchas ocasiones no vamos a poder impedir que los jóvenes prueben las drogas, pero sí podemos educarlos para que tengan una información adecuada sobre las mismas