
Percepción del alcohol entre los jóvenes

PASCUAL PASTOR, F.

Coordinador Unidad de Alcoholología. Alcoi. Generalitat Valenciana.

Enviar correspondencia: Francisco Pascual Pastor. Unidad de Alcoholología. C/ El Camí, 40. 03802 Alcoi.
Tfn. 965543047. E-mail: fr.pascualp@coma.es

RESUMEN

Desde hace más de una década los jóvenes españoles tienden más a emborracharse los fines de semana. También preocupa el inicio temprano en el consumo de alcohol (entre los 14 y los 16) y el poli-consumo.

Durante años se han generado distintas estrategias preventivas con resultados más que discutibles y no siempre bien evaluados. En muchas de estas intervenciones se ha obviado la importancia de la percepción que tienen los jóvenes en el consumo de las bebidas alcohólicas.

Muchos jóvenes carecen de la información necesaria o tienden a minimizar las consecuencias que el alcohol puede tener sobre ellos. Ven el alcohol como un facilitador de las relaciones sociales, un instrumento de cohesión entre el grupo de iguales y un elemento básico para la diversión. En la iniciación en el consumo también influye que el consumir y embriagarse les hace sentirse "mayores". No obstante también existe un sector de los jóvenes que valoran los efectos nocivos sobre la salud y la conducta.

Por lo general todos los jóvenes creen que hay una gran accesibilidad para comprar y consumir alcohol independientemente de la edad.

Palabras clave: Alcohol, alcoholismo, jóvenes, percepción social, prevención.

ABSTRACT

For more than a decade, young Spaniards have shown a tendency to be inebriated more at weekends. Early initiation into alcohol consumption (between 14 and 16 years of age) and multi-use is also preoccupying.

For years, different preventive strategies have been generated with results that have been more than debatable, and which have not always been well evaluated. In many of these interventions, the importance of the perception that the young have of the consumption of alcoholic drinks has been overlooked.

Many young people lack the necessary information or tend to minimise the effects that alcohol can have on them. They see alcohol as a facilitator of social relations, an instrument of cohesion in their peer group and as a basic element for having fun. In the initiation into consumption they are also influenced by the fact that drinking and getting drunk make them feel "grown-up". Nevertheless, there is also a sector of young people that are aware of the noxious effects on health and behaviour.

In general, all young people believe that there is an easy accessibility to buying and drinking alcohol irrespective of age.

Key words: Alcohol, alcoholism, young people, social perception, prevention.

INTRODUCCIÓN

Según el Plan Nacional sobre Drogas se observa a partir de la década de los 90 la adopción de nuevos patrones de consumo de alcohol entre los jóvenes. Se bebe

en ámbitos públicos o lugares de diversión, se consume mayoritariamente durante el fin de semana y el consumo se centra en la cerveza y en los combinados. Un elevado porcentaje de personas de entre 15 a 28 años mantiene un patrón de consumo de fin de semana.¹

La prevalencia del consumo de alcohol entre los estudiantes de 14 a 18 años en un estudio realizado por el PNsD² en 1998 era el siguiente: Consumían alguna vez el 84'2%, en los últimos 12 meses el 81'9% y en los últimos 30 días el 65'8%.

A los 14 años ya habían consumido el 71'7%, a los 16 años el 89'9 y a los 18 años el 95'2%.

La juventud es una etapa muy rica y excitante en la vida de cualquier persona, es un momento idóneo para descubrir amistades, valores, nuevas experiencias e incluso para experimentar hasta llegar en ocasiones a situaciones límite. Dentro de las experimentaciones podemos incluir los primeros contactos con distintos tipos de sustancias y entre ellas cabe destacar el tabaco y sobre todo las bebidas alcohólicas.

No obstante muchos de los jóvenes o bien carecen de la información necesaria, o si la tienen existe una tendencia a aminorar las consecuencias que puede tener sobre ellos el consumo de alcohol, con la creencia que puede ser un buen canalizador de las relaciones sociales e incluso un instrumento que puede dar una cohesión entre el grupo de iguales, sirviendo como elemento básico de muchos momentos de diversión.

El alcohol es un problema serio, pero también representa un desafío a la hora de generar políticas nacionales con apoyo local con todos los mecanismos necesarios para facilitar alternativas entre los jóvenes.

El modelo de consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes es frecuentemente durante el fin de semana y en días festivos y se buscan los efectos de embriaguez, por lo tanto estamos delante de un patrón más compulsivo. Suelen beber en la calle, en lugares de diversión y junto con sus compañeros de grupo fuera del ámbito del hogar.³⁻⁴

LA SITUACIÓN EN ESPAÑA

A partir de los datos de la Encuesta escolar (1998) del plan Nacional sobre Drogas² se

sabe que el alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida entre los escolares: el 84'2% declara haber consumido alcohol alguna vez y el 43'9% lo hace con una frecuencia de al menos una vez a la semana.

Se aprecia una radicalización en el consumo; cada vez hay más abstemios pero los que beben utilizan mayores cantidades, se calcula que en España hay alrededor de un millón de jóvenes que bebe más de 80 ml. de alcohol puro al día.

El consumo es de cerveza y combinados preferentemente en lugares públicos, con amigos y durante los fines de semana (viernes, sábado y domingo), en los bares (71%), en las discotecas (52%) y en la calle (40%), observándose una clara tendencia al consumo de combinados y bebidas de alta graduación.³⁻⁴

El 41% se ha emborrachado alguna vez y el 23'6% en el último mes. Pese a todo ello, sólo el 12'8 de los escolares percibe que consume mucho o bastante alcohol ya que la tendencia es a infravalorar los consumos.

Según la mencionada encuesta² la edad media de inicio se sitúa en los 13'6 años y el 36'5% de la población se inicia antes de los 16 años. Los chicos beben mayor cantidad que las chicas aunque éstas lo hacen con mayor frecuencia. El problema se incrementa entre las chicas de 14 a 18 años que llegan a ser más bebedoras que sus compañeros.

Compran en supermercados, gasolineras y tiendas (aparentemente de frutos secos). La cuestión ya es beber por beber y hacerlo rápido. En esa tesitura se encuentran actualmente la mitad de los jóvenes españoles de entre 15 y 19 años, por igual en ambos sexos. La finalidad es "cogerse el puntito y reírse". Beber para ellos es algo normal.

La Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE)⁵ afirma que "la industria no quiere saber nada de menores". Les inquieta el nuevo patrón de consumo de algunos grupos, basado en beber rápido y barato como paso previo a la diversión. "Nosotros nos sentimos responsables con toda la sociedad, los otros responsables son los padres, educa-

dores, los establecimientos, el propio individuo y las autoridades".¹⁵

Uno de cada cuatro jóvenes de entre 14 y 18 años, ha tenido conflictos sociales debido al consumo de bebidas alcohólicas. Riñas (17'3%), peleas o agresiones físicas (8'8%) y accidentes con atención médica (7'1%)¹⁻². Los consumidores muy ocasionales o no consumidores esgrimen entre otras razones para no consumir la potencialidad que tiene el alcohol para producir efectos negativos sobre la salud y la capacidad de provocar delitos y delincuencia.

Un estudio⁷ realizado entre 672 escolares de 8º de EGB (14 años) en Cuenca en 1995, determinó que el 60% habían consumido alcohol alguna vez en su vida. La primera oferta para consumir bebidas alcohólicas, vino de manos de sus amigos (54'94%) y familiares (33'59%). Un 1'4% bebía alcohol a diario (el 2'1% de los chicos y el 0'7 de las chicas).

Entre todos los encuestados se encontró un consumo habitual del 57'3% entre sus padres, 24'3% entre las madres, 25'8% entre sus hermanos y el 38% de sus amigos. El 36'9% de los niños no consideraban al alcohol como una droga.

Otro estudio realizado en un instituto de Girona en 1997 entre 353 alumnos de 14-20 años indicó que un gran porcentaje de ellos no identificaban el alcohol como una droga y que existe una menor percepción de riesgo en las consecuencias de su consumo entre los chicos. De todos los entrevistados el 89'7% habían probado el alcohol⁸. La principal motivación para consumir era la curiosidad y para no consumir el que no les gustaba. Algunos, pocos, afirmaban no consumir porque no les dejaban sus padres o porque les daba miedo.

El 53'3% consideraba que el consumo de alcohol no es un problema social o es poco importante, el 47'7% veían al consumidor habitual como una persona normal y el 40'8% decía que el alcohol no podía conducir al consumo de otras drogas.

En todo este contexto se observó unos niveles de consumo elevados, una alta accesibilidad a las bebidas alcohólicas y unos consumos elevados entre las personas de su entorno.

En un trabajo de investigación realizado por Pascual y cols.⁹ en 1998, se comparó un grupo de jóvenes consumidores pero sin dependencia al alcohol con otro con trastorno por dependencia al alcohol. El objetivo era poder establecer las diferencias que pueden encontrarse entre ambos grupos de jóvenes que a pesar de hacer consumos de alcohol, en muchas ocasiones abusivos, unos desarrollaban dependencia al alcohol con problemas derivados de su conducta y el otro grupo no llegaba a la dependencia. El estudio se circunscribió a los jóvenes de la Comunidad Valenciana.

El estudio incluyó 232 jóvenes (menores de 30 años), sin diagnóstico de abuso o dependencia al alcohol entrevistados en la "calle" y 98 jóvenes alcohólicos de entre 18 a 30 años atendidos en las Unidades de alcoholología de Alcoi, Elx, Valencia y la Unidad de Conductas adictivas de Castellón.

Los jóvenes entrevistados en la calle suelen ser menores que los entrevistados en las Unidades de Alcoholología ya que el alcoholismo se diagnostica después de varios años de ingesta. (entre 5 – 10 años de consumos abusivos).

También Monrás,¹⁰ habla de un silencio clínico del alcoholismo de 10 años, y sitúa el alcoholismo juvenil hasta la edad de los 30 años.

Entre los jóvenes alcohólicos se produce más fracaso escolar, así el nivel de estudios alcanzado por los entrevistados entre la población general es mayor. Lo que coincide con los datos de Blázquez y Rubio⁴.

La presión de grupo es la causa principal de los alcohólicos para su inicio en el consumo y entre los demás será la curiosidad,⁹ además del deseo de ser mayores, y del lógico proceso de socialización en la adolescencia⁴.

Se dan mayores consumos y mayores posibilidades de consumo entre los pacientes de

la Unidad de Alcohología, distintos tipos de bebida y consumos más frecuentes. En los entrevistados en la calle el consumo principal es de cerveza durante el fin de semana.⁹

El consumo de alcohol en el propio domicilio es más frecuente en los pacientes de la Unidad de Alcohología, también consumen en los bares, la gente de la calle consume en discotecas y en pubs y algunos en la calle y en casa de amigos⁹, tal y como indicábamos en la introducción y coincidiendo con otros estudios⁴⁻¹⁰.

En cuanto el momento de consumo, los no alcohólicos hacen un consumo preferentemente nocturno, frente los alcohólicos que hacen un consumo continuado durante todo el día⁹. Las intoxicaciones etílicas agudas también son más frecuentes entre los alcoholdependientes. De hecho muchos de los jóvenes sólo buscan en sus consumos ese efecto de embriaguez frente al consumo tradicional más continuo pero pausado.

El desplazamiento en los momentos de consumo es más temerario entre los alcohólicos que suelen utilizar su propio vehículo, frente a una mayor prudencia entre los demás jóvenes, que prefieren el vehículo de una amigo o bien se desplazan a pie, lo que llevará a los primeros a una mayor probabilidad de sufrir accidentes de tráfico⁹. Son pocos los que utilizan los transportes públicos aunque lo hacen con más frecuencia los jóvenes que no tienen una dependencia del alcohol.

En estos momentos esto ha llevado a que distintas instituciones hayan emprendido campañas de prevención para evitar o disminuir los accidentes de tráfico. (Cruz Roja, Dirección General de Tráfico, Plan Nacional sobre Drogas, F.A.D. F.A.R.E., etc...)

El consumo de alcohol en los adolescentes conlleva, en muchos casos, la iniciación al consumo de otras sustancias perjudiciales como el tabaco, hachís, marihuana, cocaína, heroína y drogas sintéticas⁴. Por este motivo, otro problema que nos encontramos con mucha frecuencia es el policonsumo de sustancias que pasa por el alcohol, el éxtasis y la cocaína, todo ello para "ponerse" y equiparar-

se al mundo de los adultos y así poder ir 2 ó 3 días de marcha.

La combinación más frecuente en España entre los jóvenes es el alcohol + hachís (37%) seguida por el alcohol + cocaína (8'3%) y alcohol + hachís + éxtasis (6'1%).⁶

Paulatinamente, como en cualquier droga, se observa un incremento en el consumo de alcohol. Los pacientes alcohólicos describen con gran claridad el fenómeno de la tolerancia, debiendo aumentar el consumo de etanol para lograr los efectos deseados. Hay otra razón para el aumento del consumo y es el mayor poder adquisitivo entre los que ya están trabajando.⁹

El mantenimiento del consumo se hace fundamentalmente por los efectos estimulantes del etanol, en cambio los alcohólicos añaden otras causas como el aumento de la sociabilidad, y sobre todo el poder evadirse de problemas y de la rutina además de utilizar las bebidas alcohólicas como relajante.⁹

En cuanto a las consecuencias, los de la calle no perciben el consumo como algo problemático sin embargo los alcohólicos describen problemas familiares, seguido de accidentes de tráfico, multas y accidentes laborales.⁹⁻¹¹⁻¹²

La forma de combatir la resaca difiere entre los alcohólicos y los no alcohólicos, los primeros o bien no la notan o la combaten consumiendo más etanol, y los otros la combaten de muy distintas formas (provocándose el vómito, con tranquilizantes, analgésicos, durmiendo, con bicarbonato...)⁹.

La comunicación con los padres es buena entre los no adictos y es regular tirando a mala entre los dependientes. Los alcohólicos refieren no poder o no querer expresar sus sentimientos y emociones espontáneamente en sus casas, frente a los no alcohólicos que tienen una mayor empatía con los padres. Tampoco pueden expresar su opinión ni tienen unos límites claros y definidos de la autoridad paterna o materna en el seno del hogar, entre los alcohólicos, lo que es contrario a lo que se da entre los entrevistados en la calle.⁹ Todo ello se puede interpretar como facto-

res que influyen en el consumo y que según Blázquez y Rubio ⁴ comprenderían factores familiares (genéticos, modelo paternal, educación de los padres, y apoyo familiar), factores sociales (deseo de ser mayores, influencia de los compañeros y proceso de socialización), y factores psicológicos (características psicológicas y rasgos de personalidad así como la búsqueda de sensaciones, curiosidad, pobre control emocional, etc...).

Como resumen de los factores de riesgo para padecer alcoholismo entre los jóvenes encontramos ⁹: ser hombre, edad temprana en el inicio del consumo, presión de grupo, consumo elevado, fracaso escolar, consumo diario, iniciar consumo de bebidas de alta graduación y de otras drogas, falta de estructura familiar, con límites determinados y libre expresión de opiniones.

El Instituto Nacional de Toxicología ¹³ informó en 1999 que en España cada día se emborrachaban unos 280.000 jóvenes y que esa cifra casi se triplicaba durante los fines de semana.

Pero realmente la percepción que a la vez les sirve de motivación al consumo va desde la búsqueda de los efectos psicoactivos del alcohol, hasta percibir que el consumo mejora su relación con los demás, les sirve de evasión, es "útil" en las celebraciones, sirve para la fiesta, para integrarse en el grupo para afirmar su virilidad y para demostrar la liberación y el derecho a la igualdad y al placer de beber⁵.

La diversión y el experimentar nuevas sensaciones son base común en los inicios. Los jóvenes cuyos padres consumen alcohol, beben más. Influye también la existencia de problemas de relación en su familia y sus consecuencias en ámbito hogareño, siendo un determinante las estrategias educativas tales como el castigo, las presiones, el rechazo y las reprobaciones.

Avalado por otros trabajos¹⁴ se puede señalar que a mayor edad mayor consumo de bebidas alcohólicas, que siempre aparece la influencia positiva o negativa de los hermanos mayores y que el perfil del escolar bebedor de alcohol es el de varón, consumidor de

tabaco que además suele presentar sentimientos de soledad.

Por medio de múltiples encuestas^{5,15,16} se ha podido también corroborar que los mitos relacionados con el alcohol también están presentes entre la población juvenil, así se repite la creencia de que el alcohol quita el frío, aumenta el apetito, da energías...

En otro estudio¹⁷ realizado en 1998 en 306 sujetos de entre 14 a 29 años que acudían a la consulta de atención primaria en el que se aplicaba el CAGE, se valoraban las características sociodemográficas y se registraban los consumos de alcohol, encontraron una prevalencia de dependencia alcohólica para la muestra de un 11'8%. Apuntando los autores la poca concienciación existente para con el problema del alcohol entre los equipos de atención primaria de salud.

Parece ser que entre los jóvenes cada vez existe más conciencia del riesgo que supone beber, pero eso no impide que la iniciación sea cada vez más temprana y con gran tolerancia social y es que a los padres les sigue alarmando más un porro que una borrachera.

Se dan situaciones en algunos bares o pubs en los que se ofrecen consumiciones de dos por uno, pida uno y beba gratis las siguientes, o incluso llevar las notas a final de curso y el propio establecimiento ofrece tantas bebidas gratuitas como número de suspensos haya obtenido el estudiante. Concursos para ver quien bebe o quien aguanta más y la utilización de los alcoholímetros puestos en prevención de accidentes de tráfico como instrumento de competición para ver quien alcanza la cotas más elevadas.⁶⁻¹³

Según los propios jóvenes que respondieron a una reciente encuesta digital realizada en Madrid, opinaban que el alcoholismo es malo, pero no el tomar copas con los amigos, e incluso llegaban a pedir más permisividad.

LA SITUACIÓN EN EUROPA

Un 5% de todas las muertes en el mundo, entre jóvenes de 15 a 29 años, sólo son atribuibles al alcohol.¹⁸

Entre los rasgos de la juventud encontramos el descubrir su propia identidad y la búsqueda de estabilidad social. Las personas jóvenes son imperturbables consumidoras, y las sustancias psicoactivas juegan un importante papel. Así el alcohol resulta atractivo como medio para satisfacer su difícil proceso de estructuración personal y para mitigar sus incertidumbres, aunque ello pueda llevar a un modelo arriesgado de consumo.¹⁹

En Europa una de cada cuatro muertes entre los varones de 15 a 29 años se relaciona con el alcohol. En la Europa Oriental la cifra se elevó a 1 de cada 3 en 1999, 55.000 personas jóvenes fallecieron por esta causa¹⁸. Como ejemplo podemos decir que en Kazastan el 55% de la población bebe y el 20'2% de los niños entre 11 y 14 años. El consumo más elevado (73'6% en 1998) lo encontramos en el grupo etario de 20 a 29 años.²⁰

En Rusia, se observa una actitud positiva hacia el alcohol por parte de los jóvenes y los medios de comunicación de masas no hacen más que ofrecer modelos positivos de conducta relacionados con el consumo de alcohol, sobre todo en relación con el consumo regular de pequeñas cantidades de alcohol, mostrándolo como un símbolo de bienestar y de libertad entre las personas jóvenes de hoy²¹ Mientras que en Europa Occidental se puede observar un descenso en el consumo global de alcohol, en Europa Oriental el consumo se va incrementando, observándose un grave deterioro sobre todo entre las personas jóvenes de estas regiones de Europa.

Los datos mundiales sugieren un incremento en la cultura de la borrachera esporádica entre los jóvenes, incluso en los países en desarrollo. Las personas jóvenes están bebiendo cantidades excesivas de alcohol hasta llegar a episodios a veces graves de intoxicación.

La Organización Mundial de la Salud es consciente de la gravedad del uso de alcohol entre las personas jóvenes, y por ese motivo se plantean generar estrategias para poder reducir los daños.

Mezclando alcohol con jugos de fruta, bebidas energéticas o "alcopops" y usando una publicidad que va dirigida al estilo de vida de la juventud, sexo, deportes y diversiones, los fabricantes de alcohol están intentando establecer un hábito de consumir alcohol en una edad muy joven.²² En las etiquetas de las bebidas, en los pubs e incluso en las páginas Web se plantean juegos, competiciones, ofertas y premios dirigidos especialmente hacia los jóvenes entre los que se intenta crear "moda".

Últimamente nos encontramos en el mercado con un nuevo tipo de bebidas alcohólicas dirigidas especialmente a la población juvenil denominadas "alcopops" o bebidas de diseño, se trata de una amplia gama de bebidas cuyo contenido alcohólico oscila entre los 3'5 y los 20°, y ofrecen primordialmente, innovación, diseño y un fuerte marketing, con envases de colores y formas sugerentes y con sabores dulces²³. Se suelen presentar también con envases del mismo tamaño y con la misma disposición que los refrescos sin alcohol.

Tientan a los jóvenes hacia la dependencia al alcohol, ya que en algunos casos ni si quiera saben lo que están bebiendo. Diversos estudios europeos han demostrado la familiarización de los jóvenes con este tipo de bebidas, sobre todo en jóvenes de 14 – 15 años, con especial incidencia entre las chicas. Un informe del grupo de Portman,¹⁸ que representa a un amplio sector de la industria de bebidas alcohólicas en Europa, califica como "inaceptable esta nueva aventura de marketing".

Más allá de las fronteras europeas el problema también es importante, en EE.UU. el 50% de los jóvenes de entre 12 y 17 años han probado el alcohol en alguna ocasión y el 25% se describen a si mismos como consumidores habituales⁴

Uno de los factores que pueden incidir en las tasas de consumo es la excesiva publicidad de bebidas alcohólicas, se ha demostrado que los países de la OCDE con prohibición en la publicidad tenían hasta un 16% de consumo más bajo y hasta un 23% menos de

accidentes de tráfico que en los países sin limitaciones en la publicidad¹⁸. Según una reciente investigación, cinco minutos extras de publicidad de bebidas alcohólicas llevaban a un consumo extra de 5 gr./día de alcohol entre los jóvenes.¹⁸

Los modelos de consumo de alcohol entre los jóvenes también están sujetos a muchas fuerzas económicas, tienden a gastar más de lo que ingresan, en sus actividades de ocio; y entre ellas el consumir bebidas alcohólicas es una de las actividades más "agradables" para estos jóvenes.²³

Haciendo un análisis económico del consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes se puede llegar a la conclusión de que un aumento de precio de las mismas conlleva una disminución del consumo abusivo y por lo tanto de intoxicaciones agudas. Cualquier intervención preventiva tiene un gasto importante pero la relación coste / beneficio siempre se inclina hacia beneficios para los jóvenes consumidores y para la sociedad en general, disminuyendo gastos para la administración en recursos socio - sanitarios.²³

Por último, también en Europa, nos encontramos con policonsumos. En este caso también el más frecuente, como en España es el alcohol + hachís (18%), y en segundo y tercer lugar respectivamente, alcohol + hachís + éxtasis (3'7%) y alcohol + éxtasis (3'6%) el consumo de alcohol + cocaína se sitúa en torno al 2'8%.¹³ Las cifras como podemos observar son considerablemente más bajas que en España.

DISCUSIÓN

La O.M.S.,¹⁸ a partir de la experiencia, valoró los malos resultados de las políticas prohibicionistas, y postula que la mejor solución pasa por una conjunción de actuaciones:

- Reducción del acceso al alcohol.
- Aumento de la edad legal para el consumo.

- Restricción en el número de horas al día y en los días a la semana en los que pueda adquirirse alcohol.
- Control sobre las licencias para la venta de alcohol.

Estas medidas combinadas con campañas informativas pueden llegar a reducir el número de intoxicaciones y comas etílicas, el número de dependientes al alcohol y el de muertes y accidentes por accidentes de circulación. Pero estas medidas solo son eficaces si se aplican rigurosamente.

Las restricciones en la publicidad también puede contribuir a disminuir el consumo. Si se incide con programas comunitarios, información y el "counselling" se puede contribuir a crear un mejor conocimiento sobre los peligros del alcohol.

Entre los jóvenes se necesitan además alternativas positivas que faciliten el acceso a la práctica de deportes, alternativas recreativas y de tiempo libre tanto dentro como fuera de la escuela.

En la carta constitucional europea del alcohol promulgada por la O.M.S. en 1995²⁴ se explicita que todos los niños y adolescentes tienen el derecho de crecer en un ambiente protegido de las consecuencias negativas del consumo de alcohol y de la promoción de bebidas alcohólicas.

Sería conveniente establecer intervenciones preventivas desde cortas edades aunque en pocas regiones europeas existen programas suficientemente estructurados que puedan darnos una imagen clara y conclusiva sobre las posibilidades y de mejorar las actuaciones en este campo, el futuro pasaría por una correcta información y educación para con los padres.²⁵

En la Conferencia inaugural de la reunión ministerial de Estocolmo se planteó que ese objetivo es especialmente difícil ya que los niños crecen en un ambiente donde se les bombardea constantemente con imágenes positivas del alcohol, ya que los jóvenes son un blanco importante para el mercado de la industria del alcohol. Mientras los recursos de mercado intentan influir sobre los jóvenes,

se hace muy difícil crear actitudes equilibradas y saludables frente al alcohol.

Se pretende emprender actuaciones conjuntas entre los estados miembros, los organismos internacionales, la industria alcohólica y las personas jóvenes para oponerse a las tendencias negativas de cada país.

Para conseguir estos objetivos el Plan de acción Europeo ²⁶ hasta el 2006 promulgado por la O.M.S. propone promocionar medidas políticas encaminadas a:

- Protección frente a la promoción del alcohol.
- Desarrollo de medidas educativas.
- Promoción de entornos favorables y reducción de daños.
- Desarrollo de planes nacionales y estrategias con jóvenes.
- Impulso de redes locales de apoyo.
- Desarrollo de un modelo comprensivo capaz de dar una respuesta adecuada a los problemas sanitarios y sociales que experimentan los jóvenes en relación con el alcohol, el tabaco y otras drogas.
- Reforzar la cooperación internacional.

La oficina Regional Europea de la OMS realizará el seguimiento y evaluación del cumplimiento de estos objetivos, informando de los progresos a todos los Estados miembros de la Región.

BIBLIOGRAFÍA

- (1) Observatorio Español sobre Drogas. Informe nº 2. - Observatorio Español sobre drogas. Informe nº 2. Ministerio del Interior. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas. Secretaría Técnica. 1999.
- (2) Plan Nacional sobre Drogas. Memoria 1999.
- (3) Observatorio español sobre drogas. Informe nº 3. Plan nacional sobre Drogas. Madrid. 2000.
- (4) Blázquez Blanco, A. Rubio Valladolid, G. Adolescencia y alcohol. **Guía práctica de intervención en alcoholismo**. NILO Industrias gráficas S.A. Madrid. 2000. Pp. 337 – 344.
- (5) Rubio Valladolid, G. Alcoholismo juvenil. *Jano*. 20-26 Octubre 2000. Vol. LIX. nº 1.316.
- (6) El País. 18 – 6 – 2000. 18 – 4- 2001. 21 – 4 – 2001. 22 – 4 – 2001. 15 – 5 – 2001.
- (7) Salcedo Aguilar, F. Et al. Consumo de alcohol en escolares, motivaciones y actitudes. *Atención Primaria*. Vol. 15. nº 1 Enero 1995.
- (8) Castellana Rosell, M.; Lledó I Bugués, M. Adolescencia y juventud: prevención y percepción del riesgo al consumo. *Revista española de drogodependencias*. Vol. 24. Nº 2. 1999. Pags. 118/130.
- (9) Pascual Pastor, F. Et al. Evaluación de las características de los alcohólicos jóvenes y peculiaridades de su consumo. *Adicciones*. Vol.12, suplemento 1. 2000. p. 73-74.
- (10) Monrás Arnau, M. Cambios en la edad de inicio del tratamiento de la dependencia alcohólica. ¿ Debemos cambiar la oferta asistencial? *Adicciones*. 2001. Vol. 13 Núm. 2. Pags. 139 / 146.
- (11) Generalitat Valenciana. F.A.D. **El Consumo de drogas y factores asociados en la Comunidad Valenciana**. Madrid 1997.
- (12) Martos, Alicia. Generalitat Valenciana. F.A.D. **Problemas de alcohol en el ámbito laboral**. Madrid 1998.
- (13) El Mundo. 10 – 8 – 1998. 10 – 1 – 1999. 16 – 2 – 1999- 27 – 6 – 1999. 15 – 3 – 2000.
- (14) Pérula de Torres, L.A. et al. Consumo de alcohol entre los escolares de una zona básica de salud de Córdoba. *Revista Española de Salud Pública*. 1998.
- (15) Bobes, J. Et al. Estado actual de los alcoholismos. *Psiquiatría Biológica*. Nº monográfico. Vol, 5. Suplemento 1, septiembre.
- (16) Torres Hernández, Miguel Angel. Las drogas entre estudiantes de bachillerato de la provincia de Valencia. Institut Alfons el Magnànim. València 1986.
- (17) González García, Y. Et al. Detección precoz de jóvenes con trastornos relacionados con el alcohol en atención primaria. *Atención Primaria*. Vol.20. nº 3 Julio - Agosto 1997.
- (18) Conferencia Ministerial de Estocolmo. O.M.S. Estocolmo – Suecia 19/2/2001.
- (19) Hurrelam, Klaus. The young generation in 2001 – the quest for self, ego tactics and drug consumption as a lifestyle? University of Bielefeld, Germany. Conference on Young People and Alcohol. O.M.S.

- (20) Murzakanova, Gullim. Society in transition – the changing role of the family repercussions on the health of young people. Almaty. Kazakhstan. Conference on Young People and Alcohol. O.M.S.
- (21) Lukina, M.M. & S.A. Dzhevakhshvili, Consultant – L.L. Resnjanskaja. Alcohol and young people in the Russian mass media. Moscow State University. Conference on Young People and Alcohol. O.M.S.
- (22) Robledo de Dios, T. Alcopops, bebidas de diseño... y ¿Qué más? *Revista Española de Salud Pública*. 1998.
- (23) Godfrey, Christine. Young people economics. Alcohol and cost-effective policies. University of York, United Kingdom. Conference on Young People and Alcohol. O.M.S.
- (24) European Conference on Health, Society and Alcohol. París, 12 – 14 December 1995.
- (25) Burkhart, G. Intervenciones preventivas en la primera infancia en Europa. *Adicciones*. 2001. Vol. 13. nº 1. Pags. 89/100.
- (26) Declaration on Young People and Alcohol.