

## **Beber para olvidar... o por aburrimiento**

En contra de la Ley Antibotellón. A través de Internet se citaron a los menores a una zambra "light" que, en realidad era barra libre de copas de alta graduación. Cerca de 200 menores fueron encarcelados por la policía.

Pese a todas las campañas publicitarias contra el consumo de bebidas etílicas por parte de los jóvenes, se da la paradoja de que un adolescente pueda adquirir, con impunidad, una dosis de una determinada droga.

Según la Encuesta Sobre Alcohol y Drogas, dentro del Plan Nacional sobre Drogas, el 3,4% de los encuestados dilapidan bebidas etílicas. En la Unión Europea, el usuario considerado como abusivo es Irlanda, el de mayor número de consumidores inmoderados, y Bulgaria el del menor número de consumidores abusivos.

También cabe subrayar que, en los países de la Unión Europea, la cuota de abstemios es de un 33% y el porcentaje de parroquianos diarios de bebidas etílicas es del 25%.

Se ha llevado a cabo una campaña bajo los eslóganes; "bebe con moderación, es tu responsabilidad" y "disfruta de un consumo responsable", se intenta vigorizar las conductas y sugerir la exigencia individual en la dilapidación de bebidas alcohólicas. Estos eslóganes difunden de forma clara y concisa el mensaje de que sólo se logra el goce de las bebidas etílicas a través de un consumo moderado y responsable. El usuario se caracteriza por un derroche etílico social y consumido en los albergues turísticos, en el que se acumula el 82% del consumo. Este tipo de derroche alcohólico, que tiene un enfoque lúdico, se le llama patrón nórdico, identificado por una ingesta de néctares alcohólicos más esporádica, pero mucho más compulsiva.

El alcoholismo afecta más a las mujeres que a los hombres ya que, la atrofia en el cerebro, se desarrolla en ellas de una manera más rápida, según un estudio de la Universidad alemana de Heidel y de la norteamericana de Stanford.

Las bebidas espirituosas son el ataque más grave que sufre la sociedad actual. Un ataque cuyas consecuencias alcanzan a todos los estamentos pero del que son especialmente víctimas los jóvenes.

## **CLEMENTE FERRER ROSELLÓ**

**Presidente del Instituto Europeo de Marketing, Comunicación y Publicidad**

**Luis de Salazar, 9**

**28002-Madrid**

**DNI: 20285521 G**

**Tel: 914137873**

[clementeferrer3@gmail.com](mailto:clementeferrer3@gmail.com)