

Prevención del alcoholismo

Adolescentes y Jóvenes

-El consumo de alcohol en los jóvenes tiene un marcado carácter social. Es una forma de pasar el tiempo libre en compañía de los amigos y de establecer relaciones sociales en el grupo. En este contexto consumir alcohol se asocia a la necesidad de obtener reconocimiento social por parte de los iguales.

La conducta imitativa respecto al alcohol también se desarrolla por la influencia del grupo de amigos o compañeros de este, sobre todo por aquellos que tienen una cierta capacidad de liderazgo. La iniciación en el consumo de alcohol está asociada a la curiosidad e imitación que se desarrollan debido a las consecuencias positivas que el adolescente observa en su medio social (amigos, padres, medios de comunicación, etc)

El modelo de consumo juvenil se asocia, sobre todo, a las atribuciones psicoactivas del alcohol y a la búsqueda de diversión y efectos positivos. En esta búsqueda entran en juego las creencias y expectativas que tienen las personas acerca de lo que el alcohol les va a producir (por ejemplo reducir la ansiedad, fortalecer la actividad social o evitar malestar emocional) esto puede hacer que las personas aprendan y mantengan pautas de consumo problemáticas.

A veces por más que los efectos fisiológicos que se producen en el joven no sean los esperados y no sean gratificantes, ni sean totalmente positivos, el hecho del reconocimiento en un grupo, de la inclusión en el mismo como parte relevante de este, hace que no sea tan importante "sentirse bien" y a darle más importancia a la percepción y la aceptación de los otros, y a la visión de los otros sobre uno mismo.

Las expectativas de una persona sobre los efectos del alcohol se elaboran a través de tres procesos: la exposición directa a modelos (padres y compañeros), la influencia de la cultura sobre todo a través de los medios de comunicación, y la propia experiencia personal con el alcohol. (Roberto Secades Villa-Alcoholismo Juvenil)

Los medios de comunicación, como la producción de ciertas publicidades ayudan a crear una percepción positiva del alcohol y el consumo, desvalorizando de cierta forma sus efectos nocivos, debido a intereses económicos que están en relación directa con la producción y venta de la sustancia. Es entonces que se dirigen al "mejor postor" el joven, que se convierte en su mayor consumidor debido a las grandes expectativas que tiene de los efectos y que las publicidades se encargan de reforzar.

El adolescente se encuentra en un contexto como miembro de un sistema familiar y social que lo condiciona (pero no determina) un medio que va a tener relación directa con el modo de acercamiento del sujeto en relación al alcohol. La amplia difusión que se le da al alcohol en determinado contexto y el hecho de ser una sustancia socialmente aceptada hace que sea "menos vista" como droga en sí y que solo se

resalten sus valores positivos . No se promueve su venta si se muestra como posible puerta de entrada hacia el consumo de otras drogas , es entonces que no se muestra como droga .

ALCOHOLISMO EN LA ADOLESCENCIA

Consideraciones Generales. Por que beben lo adolescentes?

En el ámbito global, es importante tener en cuenta que ha habido un cambio considerable en las costumbres sociales que favorecen de alguna manera el consumo de alcohol. Por un lado, se tiende hacia las Macrosociedades, donde cada vez se da más una pérdida de valores, y por otro los/as adolescentes tienen hoy una mayor independencia económica en líneas generales, que les permite entrar de lleno en la Sociedad de consumo. En definitiva, podríamos decir que tanto el alcohol como otras drogas, están en nuestra Sociedad porque cumplen determinadas funciones, entre las que están, la de servir de elemento de integración para unos/as jóvenes y de evasión para otros/as.

Esta situación se da debido a una serie de variables, como crisis de valores, violencia intrafamiliar, además de una serie de cambios que vive el adolescente como crisis de identidad, conformación de grupos, cuestionamiento de la autoridad, desarraigo de los padres y búsqueda de ideales, entre otros, los cuales conducen al adolescente a actuar inadecuadamente, apropiándose de modelos que lo perjudican, por lo cual, se presentan altibajos por el estado de confusión que viven, conduciéndolos al alcohol, como medio de evasión de sus problemas, pensando que con este se encuentra la solución, sin darse cuenta que se esta convirtiendo en un adicto.

Según la O.M.S. cada año crece el numero de adolescentes que consumen bebidas alcohólicas en el mundo entero.

De acuerdo con el informe de la profesional, Artigas, Rivera y Cerro Largo son los departamentos que tienen altos guarismos de alcoholismo, básicamente en jóvenes, debido a que en las zonas fronterizas con Brasil es más fácil conseguir el alcohol por su bajo costo.

Para los adolescentes el alcohol es como un quitapenas que permitirían esquivar los limites que la realidad impone y acceder a un mundo que ofrecería mejores condiciones y sensaciones.

A partir de aquí podríamos constatar que la mayoría de los/as adolescentes no solo beben por placer, sino, por otras múltiples razones que se podrían agrupar en dos procesos:

1. La búsqueda de efectos agradables. El encontrarse a gusto, búsqueda de una mayor capacidad de relación, etc.
2. Elementos de presión social, el bombardeo de la publicidad y la oferta, etc.

Para cada uno de estos procesos existen una serie de factores que podríamos diferenciar en:

- En el papel que hace del alcohol compañía habitual en las relaciones sociales. Las evidencias sugieren que el hecho de que los compañeros de un adolescente consuman alcohol es un sólido indicador de que él o ella beberá alcohol

La publicidad, dirigida de una manera especialmente agresiva a los jóvenes.-

- La aceleración del ritmo de vida.

De tipo Familiar

- El consumo de alcohol dentro de la familia es siempre referencia para los/as adolescentes y afecta sobre todo en el adelanto de la edad del consumo por parte de estos.

Los adolescentes beben menos y tienen menos problemas relacionados con el alcohol cuando los padres aplican una disciplina uniforme y expresan sus expectativas claramente. Los hijos de padres alcohólicos tienen más probabilidades de empezar a tomar durante su adolescencia y a desarrollar desórdenes de uso de alcohol. Las investigaciones más recientes sugieren que hay menos probabilidades de que los niños beban alcohol si los padres forman parte de sus vidas y participan en sus actividades y cuando tanto los niños como los padres indican que tienen una relación estrecha. Los jóvenes cuyas familias tienen ya un historial de abuso de alcohol, están en "mayor riesgo" que otros para desarrollar problemas relacionados con el alcohol puesto que al ver a sus padres y/o demás familiares, se acostumbran y creen que el consumir bebidas embriagantes es un buen hábito característico de los adultos.

De tipo Grupal

- Normalmente se bebe en grupo para divertirse y ser aceptado, y en alguna medida para mantener una relación grupal.

De tipo Individual

- Problemas de socialización.
- Dependencia afectiva.
- Problemas de personalidad.
- Iniciación sexual: es posible que en nuestra cultura actual el alcohol juega algún papel en este sentido para los adolescentes en tanto "se es grande" por estar "tomando alcohol" o por estar borracho. Por otra parte el alcohol "suelta la lengua" y "da ánimos" para "encarar" el juego de seducción inicial.

Otras veces se acude al alcohol por curiosidad, por el afán de experimentar, de conocer aquello de lo que se habla y que tan peligroso parece. También para facilitar el contacto y la comunicación en las relaciones sexuales, pero por el contrario, esto no solo no lo facilita, sino que lo dificulta y aporta efectos contrarios a los buscados. Otra de las formas de acercarse al alcohol por parte de los adolescentes es para participar de la sociedad de los adultos, cuyas actitudes se toman como referencia en numerosas situaciones cotidianas.

Los adolescentes beben alcohol para tener una excusa para involucrarse en conductas no aceptadas socialmente y poder "echarle la culpa al alcohol", así por ejemplo, si alguno hace algo que pueda ser percibido como infantil, agresivo o peligroso y que pudiera tener una respuesta negativa de sus compañeros, tiene "un pretexto", algo a que atribuir la conducta inaceptable. En estos casos, el alcohol es usado como una carta abierta para hacer lo que a uno le plazca.

Generalmente, el adolescente tiene dificultades en saber cual es su límite, y pocas veces tiene conciencia de cuando tiene que parar de beber. Con el tiempo, la forma de beber de los adolescentes ha cambiado considerablemente. Los jóvenes consumen alcohol intermitentemente y sin apenas diferencia en los sexos, la mujer ha alcanzado al varón. Se bebe más los fines de semana y las bebidas preferidas por los adolescentes son la cerveza, las bebidas destiladas y los combinados. Se busca una rápida intoxicación y se ocupa casi la totalidad del tiempo libre en beber. Incluso el alcohol está presente en otro tipo de actividades que podrían ser susceptibles de ser en cierto modo alternativas al consumo, como por ejemplo en excursiones y

acampadas, celebraciones deportivas, etc. El consumo se da en todas las capas de la sociedad.

El alcohol es una droga socialmente aceptada, como ya hemos dicho en otros puntos, y esta droga daría, desde la consideración de los jóvenes, la fuerza y el valor necesarios para los primeros encuentros sexuales tan deseados y tan temidos. Entonces, se arman de un escenario: la discoteca, el monte o en cualquier parque o lugar donde hacer el denominado "botellón", en el cual beber para así poder, a través de este acto, estar en un estado de embriaguez o borrachera, sentirse grandes y pensar que están haciendo cosas de personas adultas. Las bebidas alcohólicas en los jóvenes resulta un problema mas grave que en el caso de las personas de mas edad; se trata de problemas nuevos que van de mal en peor; y dado que los jóvenes representan el futuro y que las pautas de comportamiento se establecen en las primeras etapas de la vida, hay que tomar medidas. De lo contrario, esos problemas contribuirán a un deterioro general de las normas de comportamiento entre los adultos del mañana. Una solución para quienes no quieran caer en el habito de la " bebida ", es el saber rechazar y convencerse de que esto en vez de traer beneficios trae muchos riesgos a corto, mediano y largo plazo. Para los que definitivamente, no pueden evitarlo deben concientizarse para reducir los riesgos de accidentes, violencia y delitos que ocurren en estado de embriaguez.

Según la institución Alcohólicos Anónimos existen algunas señales que indican abuso de bebidas alcohólicas en los jóvenes:

- Físicas: fatiga constante, ojos enrojecidos, y malestar general.
- Emocionales: cambios en la personalidad, cambios rápidos de humor, comportamiento irresponsable, baja autoestima y depresión.
- Familia: desobediencia de reglas, mal comportamiento y falta de comunicación con esta.
- Instituciones educativas: bajo rendimiento académico y problemas de disciplina.
- Problemas sociales: amigos nuevos, a quienes no les interesan las actividades normales de la casa y las instituciones educativas, problemas con la ley cambio hacia estilos poco convencionales en el vestir, música, etc.

El problema de que los jóvenes consuman alcohol no radica en que algunas veces lo hagan; sino que esto se vuelva un acto repetitivo hasta el punto de depender de él para todo y no poderlo después manejar. Y también que lo hagan cuando realmente deba ser, sin adelantarse al momento. Los jóvenes aún no se han concientizado de los riesgos que trae el consumo excesivo de bebidas alcohólicas, ellos piensan que esto es algo normal y no una enfermedad que se puede presentar en el transcurso de la vida lo cual acarrea funestas consecuencias. Además el consumo constante de licor hace parte de la cultura de nuestro país, por lo que los menores de edad tienen fácil acceso a él y beben incluso bajo el consentimiento de sus padres. Sin embargo no se puede generalizar en cuanto a que todos los jóvenes presenten o puedan presentar tendencia al alcoholismo, no importa ni raza, ni sexo, ni edad; este es un problema que aqueja a cualquier persona pero está en cada cual asumir una actitud responsable hacia la bebida.

-PREVENCIÓN DEL ALCOHOLISMO

Una de las medidas preventivas en contra del alcoholismo es la de establecer campanas para poder proporcionar información por medio de folletos, trípticos, en forma oral, etc. Con el fin de empezar a hacer consciente a la población de la problemática, tratando de tocar puntos esenciales, tales como que es el alcoholismo,

en que consiste, por que se da, cuales son los efectos que produce la ingestión excesiva de alcohol, lugares a donde se puede acudir a solicitar información, ayuda, etc.

La lucha antialcohólica consiste principalmente en educar a la gente contra el abuso de la consumición de bebidas alcohólicas, sobre todo en personas que están en la edad de inicio (14 a 15 años).

La aplicación de impuestos, la limitación de la producción y la prohibición de despachar este tipo de bebidas a los menores de edad son los medios indirectos que tratan de reducir el consumo.

El uso de los medios masivos de comunicación social es determinante para la adquisición de diferentes productos nocivos para la salud, relacionando los productos con personajes televisivos.

En los últimos años, los responsables de Salud Pública de diversos países, sobretodo de cultura mediterránea, han dado luz verde a distintas campañas sobre prevención del alcoholismo, con las que se ha pretendido, de una parte, llamar la atención social sobre lo que es un problema real de salud pública, contra la idea de tolerancia y permisividad, que dicho sea de paso, no se da con otras sustancias tóxicas, y de otra parte, informar respecto de la prevención de esta enfermedad, como el medio mas eficaz para combatirla.

Resumen de las líneas generales del tratamiento preventivo:

- -Control de la publicidad
- -Restricción real del consumo de alcohol a menores
- -Alternativas de ocio sin alcohol
- -Limitación de horarios de los bares
- -Educación para la Salud eficaz, es decir, con incidencia en los adolescentes y jóvenes
- -Promover actitudes y estilos de vida incompatibles con el alcohol.
- -Mensajes objetivos y no alarmistas, centrados en las ventajas de no beber, mas que en los inconvenientes de no hacerlo.
- -Manifestación de actitudes negativas con respecto de la bebida por parte de padres y profesores.
- -Información que contemple el objetivo de contrarrestar las presiones a las que están sometidos los jóvenes por la publicidad y los tópicos culturales.

Sería muy interesante que los niños aprendieran a una edad temprana, y sin ningún género de duda, (del mismo modo que han aprendido que respirar aire puro es saludable), que las supuestas "ventajas" del alcohol, (combatir el frío, eliminar la ansiedad, tratar el insomnio, etc.) no son más que creencias sin fundamento

La detección temprana de un problema de alcoholismo es la clave para ofrecer al adolescente la oportunidad de aceptar ayuda y evitar que se vea envuelto en una espiral de deterioro personal y familiar como consecuencia de una enfermedad crónica, progresiva y mortal, como es la adicción al alcohol . Es necesaria la ayuda de un especialista, ya que no corresponde a la familia, los padres o educadores diagnosticar. La evaluación le atañe a un profesional de la salud especializado. Detectar la existencia de una dependencia en sus inicios puede ayudar a prevenir la progresividad de la enfermedad. La detección temprana ofrece la posibilidad de tratamiento antes de que el grado de adicción aumente con danos mayores e

irreversibles. Para ayudar al adolescente es necesario conocerlo. El conocimiento de lo que esta etapa del desarrollo envuelve puede facilitar la comprensión de la conducta de los jóvenes y evitar el riesgo de poner etiquetas a los adolescentes.- En los adolescentes predomina un sentimiento de encontrarse perdido, de no encontrar el rumbo. Esta desorientación debida a los cambios que esta experimentando física, mental y emocionalmente, se agrava y se complica aun mas cuando el joven desarrolla una adicción.

La familia tiene un papel de crucial importancia en la prevención, el entorno familiar es el primer espacio socializador para el individuo y, como tal, debe tener un papel activo en la prevención del consumo de alcohol, a través de la acción educativa que se ejerce en su seno. La mayoría de los jóvenes comienzan a beber en el hogar, siendo las actitudes de los padres ante el consumo de alcohol un factor de gran influencia en la conducta de beber de los hijos.-

PUBLICIDAD DIRIGIDA A LOS ADOLESCENTES

- Existe un verdadero bombardeo de la publicidad dirigida hacia los adolescentes, apetecibles para el mercado,; basta ver como ejemplo al respecto las publicidades de cerveza destinada a los jóvenes y el encuentro entre ellos si se la consume juntos.

Un estudio realizado con estudiantes de quinto y sexto grado determinó que los jóvenes que demostraron estar conscientes de los anuncios de cerveza también tenían actitudes más favorables hacia el consumo de alcohol y tenían la intención de beber más frecuentemente cuando tuvieran más edad adolescentes comiencen a beber alcohol y continúen haciéndolo Es común ver en ciertos programas de televisión dirigido a los adolescentes, publicidad de whiskys, ginebra, licores, cervezas, vinos, champagne, cócteles, etc. Y si bien no se les dice "¡tomen!" está bien entendido que el cartelito puesto discretamente con colores llamativos al fondo de una publicidad o programa de tv tiene un mensaje subliminal para la aceptación de la propuesta. A veces son deportistas, cantantes, actores, o cualquier personaje que despierte admiración los transmisores de la adicción al alcohol. Les guste o no les guste, pero están haciéndolo. Se excusarán de mil formas, pero de lo único que no podrán excusarse es que detrás de todo está la ambición materialista que los lleva a transmitir un mensaje que en lugar de crear lo único que hace es destruir lo que tanto tiempo pudo haberle llevado a una familia construir.

Alguien que ha crecido mirando televisión, alimentándose de "chatarra", viviendo de ilusiones prestadas, es una presa fácil para el reciclaje consumista, pues es producto de lo que la vida en la sociedad actual ha hecho. Si no sirve para nada, por lo menos que se gaste lo que tiene en comprar alcohol, así por lo menos servirá para mantener la fuente de trabajo de los demás: el camillero, el vendedor de bebidas alcohólicas, la fábrica, al médico, al psicólogo, al masajista, a los fabricantes de aspirinas, etc, y finalmente al sepulturero.-

- **Programas de prevención del consumo de alcohol**
- **Educación para la salud**
- **Actividades de ocio alternativas**

En ningún caso se tratará de un patrocinio y el nombre de las empresas licoreras no figurará en ninguna de las actividades que se programen. Tampoco las empresas fabricantes podrán gestionar la cantidad a invertir, ni a través de Fundaciones ni de otras actividades de marketing social. Asimismo, las firmas comerciales no podrán decidir el destino del dinero.

- Las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas dedican buena parte de sus campañas de marketing a la promoción de competiciones y espectáculos

deportivos, difundiendo una falsa imagen de que el consumo de alcohol es "saludable" y no perjudicial para la práctica deportiva. Proponemos:

- **“Si toma, no maneje”**

En los medios de comunicación es común ver o escuchar informes a cerca de esta problemática, no es nuevo que el abuso de alcohol nos afecta tanto física como mentalmente, que provoca situaciones muy conflictivas entre los seres queridos, que perjudica el área laboral y puede volverse extremadamente peligroso para uno mismo como para los demás si por ejemplo se maneja alcoholizado. En este último punto nos queremos detener ya que el Departamento de Seguridad Vial trabajó bastante sobre la PREVENCIÓN de los accidentes de tránsito a causa del alcohol, con la campaña “Si toma, no maneje”. Esta campaña publicitaria tuvo bastante apoyo del Gobierno y tomo fuerza con el paso de los años, hoy en día, tomos conocemos este eslogan. Estas campañas contribuyeron a educar en un sentido preventivo, con una mayor conciencia del riesgo. También ayudó, implementar controles más exhaustivos, con determinación de la alcoholemia de los conductores, con los efectos médico legales correspondientes, para aplicar severas medidas punitivas.

El período de fin de año, y año nuevo, con el comienzo de la temporada estival, y de las vacaciones, se asocia con un fenómeno social y cultural, durante el que aumenta el consumo de alcohol, y de drogas, junto a cierto grado de euforia colectiva, con un mayor número de desplazamientos, por viajes y de traslados. Ello, ocasiona un mayor número de accidentes en general, y de tránsito, en particular.

El llamado factor humano , es la principal causa de accidentes, y es el que es preciso tener en cuenta para su prevención.

En los accidentes automovilísticos, la población de mayor riesgo, está dada por los conductores de menos de 25 años, a pesar de poseer una mayor velocidad de reacción, mejor visión y audición. La causa, más difícilmente prevenible, estaría en una menor experiencia, y personalidad más extrovertida, con tendencia a buscar emociones y riesgos, con menor grado de responsabilidad familiar.

Consideramos importante bajar la tarifa de los taxis y remises los fines de semana y días festivos, como navidad, año nuevo y la tan popular fiesta de la nostalgia ya que el período de fin de año, y año nuevo, con el comienzo de la temporada estival, y de las vacaciones, se asocia con un fenómeno social y cultural, durante el que aumenta el consumo de alcohol, y de drogas, junto a cierto grado de euforia colectiva, con un mayor número de desplazamientos, por viajes y de traslados. Ello, ocasiona un mayor número de accidentes en general, y de tránsito, en particular.

Si bien este grupo esta de acuerdo con esta campaña preventiva, nos parece que no va directo al abuso del alcohol, si no al hecho de que la persona no debe manejar si tomo. Estaríamos más de acuerdo con una campaña en donde se apuntara al “No abuse del alcohol” porque así como esta se entiende como “Consuma las cantidades que quiera de alcohol, pero no maneje”.

Creemos que esta significativa importancia que tienen los accidentes de tránsito a nivel de campañas preventivas se da por encima de otras relacionadas al alcohol por sus graves efectos, y costos, tanto a nivel individual, familiar, social, y económico (pensiones, orfandad, horas de trabajo perdidas, costos de asistencia y rehabilitación).

- **Más y variadas campañas de publicidad**

Creemos que deben haber campañas preventivas fuertes a cerca de la violencia, el sexo, los problemas laborales y el alcohol, además de los efectos físicos y psicológicos que este genera.

“Consumo cuidado” es una campaña que colabora más con la prevención del abuso y dependencia del alcohol. Tiene un mensaje más global, tocando temas como sexo y asistencia.

- **Prohibir la utilización de marcas de bebidas alcohólicas para la comercialización de otros productos**

□ Determinadas campañas publicitarias contribuyen a identificar la fama, la belleza y la imagen del éxito -profesional, deportivo, sexual- con el consumo de bebidas alcohólicas. Proponemos:

- **Promocionar campañas en las que aparezcan personajes famosos que no consumen alcohol para romper el esquema alcohol / éxito**

□ Se ha demostrado que la información sobre los efectos nocivos del alcohol que tienen los adolescentes no ha sido eficaz para prevenir entre ellos el consumo abusivo de alcohol. Proponemos:

- **Introducir en los programas de educación para la salud unos conocimientos mínimos de publicidad, que permitan a los adolescentes analizar los mensajes publicitarios que reciben**

□ A diferencia de lo que ocurre con el tabaco o los medicamentos, la publicidad de bebidas alcohólicas no incluye mensajes claros sobre los riesgos del consumo y del abuso. La aparición de mensajes del estilo de "es tu responsabilidad", lejos de ser una advertencia dan a entender que las empresas fabricantes no tienen ninguna responsabilidad sobre el tema. Proponemos:

- **Introducir en la publicidad de las bebidas alcohólicas advertencias claras y contundentes sobre los efectos del consumo y del abuso (Ejemplo:"el alcohol mata")**

□ La presencia de bebidas alcohólicas es algo habitual en nuestra sociedad, la publicidad se ubica en los medios de transporte, cerca de los ambientes universitarios y de zonas escolares, en las contraportadas de suplementos dominicales, de revistas deportivas y de información general, las botellas están expuestas en bares y en establecimientos de uso no restringido a menores. Proponemos:

- **Limitar la presencia del alcohol en lugares y publicaciones accesibles a los adolescentes (por ejemplo: ubicar de forma menos visibles las botellas en las cafeterías y restaurantes)**

□ La presencia de bebidas alcohólicas en supermercados y tiendas de alimentación es muy visible y no se diferencia de cualquier otro tipo de productos (las bebidas pueden incluso compartir pasillo con productos consumidos especialmente por adolescentes). Proponemos:

- **Eliminar progresivamente de los supermercados y tiendas de alimentación la presencia de bebidas alcohólicas situándolas, en principio, en una zona diferenciada y estableciendo una caja específica para su pago y, posteriormente, limitando su venta a comercios especializados**

La venta de bebidas alcohólicas en envases de tamaño reducido hace que su transporte sea cómodo, se puedan consumir con facilidad y el precio sea asequible para adolescentes y jóvenes. Proponemos:

- **Aumentar el tamaño de los envases de bebidas alcohólicas para dificultar su consumo por los jóvenes**

□ A pesar de estar limitada, la publicidad directa o indirecta de bebidas alcohólicas es muy visible en TV y radio.

- **Limitar los horarios de emisión de publicidad de bebidas alcohólicas, incluyendo la emisión de espectáculos o actividades deportivas en los que aparezca como patrocinadora alguna marca de bebidas**

- **Sanciones a los comercios que le vendan a menores**

El 13/10/2012 El país digital publico:

En 15 días el Poder Ejecutivo enviará al Parlamento el proyecto de ley que regula el consumo de alcohol. El prosecretario de la Presidencia, Diego Cánepa, informó que la iniciativa está a consideración del presidente José Mujica. Entre otros aspectos, el texto integrará los mecanismos de fiscalización actuales e incluye una licencia para vender alcohol.

El prosecretario explicó que se está estudiando la posibilidad de aplicar sanciones a los comercios que infrinjan la normativa. "Si está establecido que tal local no puede vender alcohol después de las 12 de la noche, y si se comprueba que lo hace, se le retirará la licencia por un año. Si reincide se le sacará para siempre", puntualizó. Las licencias tendrán un costo para los comerciantes, pero serán "accesibles".

- **Bebidas no alcohólicas más baratas**

Otra medida preventiva que se pueden manejar a nivel del Estado es por ejemplo, abaratar el costo de las bebidas no alcohólicas y potenciar bebidas "exóticas" con menor o nulo contenido alcohólico pero que atraigan a los jóvenes a nivel visual.

- **Apostar al diálogo y a la información**

Otra medida preventiva involucra a la familia y a los educadores. El ejemplo es fundamental, las imágenes que transmiten los padres valen más que las palabras, muchas veces se quejan de que sus hijos no leen ni hacen ejercicio cuando ellos mismos no lo hacen y no dan el ejemplo.

La mejor forma de ayudar a un adolescente a enfrentar las dificultades que plantea el alcohol es a través de un diálogo sincero; mediante esta vía el joven será capaz de encontrar una medida a la hora del consumo y también de negarse ante la presión de los pares. Los adolescentes que corren más peligro son los que carecen de adultos

afectivamente cercanos y que les puedan ayudar a entenderse y a comprender el complejo mundo en el que viven.

A nivel de la educación, los docentes tienen una responsabilidad en lo que respecta a la información, mostrando los puntos positivos de la no ingesta de alcohol.

CONCLUSIONES

Los jóvenes son hombres en vías de desarrollo porque no han alcanzado aún el suficiente desarrollo físico, psíquico y emocional. Y muchos de ellos se inician en el consumo de alcohol y/o drogas, porque muchas veces frecuentan un medio social que les permite experimentarlo.

La adolescencia es una etapa del desarrollo humano, de crecimiento, podríamos ubicarla entre los 12 y 18 años, en la que el joven intenta insertarse en el mundo adulto, para lo cual debe abandonar la infancia y enfrentarse a un mundo que le es desconocido. La situación genera temor, angustia y sentimientos de inseguridad, añoran la dependencia pasada y la protección del adulto. Así entra en un ciclo ambivalente entre el reclamo de mayor libertad para afirmar su poder y la vuelta al mundo seguro de la niñez.

En esta etapa de la adolescencia, la familia juega un rol importante, pues los elementos centrales de la personalidad son adquiridos en el seno de la familia y a lo largo de toda su vida los hombres continúan necesitando el afecto y la seguridad que han experimentado de niños dentro de su hogar, afecto que no puede ser sustituido, desde lo económico, en la creencia que el poder brinda seguridad, porque eso es lo que sienten los padres, pero no es así frente a la persona que está en formación y que está ajeno a las necesidades materiales.-

La familia es la que configura el universo en el que el niño se nutrirá, y lo que reciba será lo que extrapole en el futuro al resto de la sociedad.- En su hogar es donde el niño debe lograr las satisfacciones de sus necesidades emocionales, pues lo contrario lo llevará a buscar en otros grupos otras figuras de identificación familiar, es así que corre el riesgo de introducirse tanto en el consumo de drogas o de alcohol.

Estamos en condiciones de afirmar que el Grupo familiar (de carácter primario) es quien debe atender las necesidades afectivas y/o emocionales del niño, cumpliendo una función primordial al contribuir a la estabilidad del orden social permitiendo a los individuos mantener el equilibrio personal y realizar adecuadamente sus roles sociales.

La maduración social es la meta final de la madurez pues el hombre es capaz de ejercer sus funciones dentro de la sociedad en calidad de adulto. Es un estado de equilibrio que permite la adaptación al medio en donde vive y se desarrolla.-