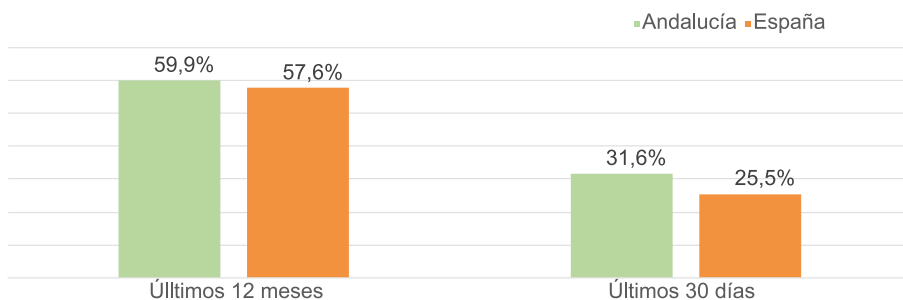


Por último el gráfico siguiente viene a poner de manifiesto que la presencia de menores en botellones en nuestra Comunidad Autónoma es más elevada que en el resto de España.

Un 59,9% de los estudiantes de la ESO confirman haber acudido a un botellón en los últimos 6 meses frente a un 57,6% de los estudiantes en España. Esta diferencia se acentúa más cuando se aborda la presencia en botellones en los últimos 30 días, donde la media en Andalucía se eleva al 31,6% frente al 25,5% de la media de España.

Gráfico 41: Prevalencia de hacer botellón entre los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14-18 años. España y Andalucía, 2014



Fuente: Observatorio de la Infancia en Andalucía a partir de "Encuesta sobre uso de drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES) 1994-2004". Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. 2016

6.3. ¿Por qué beben alcohol los menores adolescente?

El consumo de alcohol no es un fenómeno exclusivo de la adolescencia, sin embargo, muestra una asociación evidente en esta etapa del ser humano, tal como acreditan las cifras anteriormente comentadas. **La adolescencia es un periodo de cambios**, tanto desde el punto vista biológico, psicológico como social, que requieren del niño o niña un importante esfuerzo de adaptación. Es también una fase de búsqueda de la identidad, en el que asumir riesgo suele formar parte intrínseca de la misma.

Junto a los cambios físicos, cognitivos y personales que se producen, se observan ciertos **desajustes en nuestro sistema social**, lo que va a arrastrar consigo fuertes sentimientos de aislamiento y actitudes conformistas que reflejan en algunos sectores determinadas conductas sociales de aislamiento, desmotivación y falta de implicación con los demás. Se fomenta así la figura del individualismo adaptativo acomodado ante una sociedad dominada por la competitividad y el consumismo. Estas figuras o iconos juveniles presentan serias dificultades de adaptación al medio y expresan cierto rechazo social.

Además de estos cambios hemos de tener presente la especial **influencia de los iguales** a la hora de determinar el inicio y el avance del consumo de alcohol. En el grupo de iguales, los adolescentes vienen a compartir experiencias, supone seguridad personal, apoyo ante los conflictos y, en definitiva, es el lugar de aprendizaje de actitudes, valores y comportamientos de todo tipo, incluyendo en los mismos tanto a los normalizados como a los desviados.

Los adolescentes necesitan vincularse con el grupo de iguales, y el grupo representa una fuente de modelos y refuerzo de comportamientos de experimentación. El grupo puede presionar -o el individuo sentirse presionado- hacia la práctica de comportamientos de riesgo; incluso convertirlos en signos de identidad.

En la adolescencia los consumos de alcohol aparecen también como una **estrategia de superación de una etapa anterior**. En esta etapa el niño o niña está dispuesto a transgredir y a experimentar nuevas sensaciones, y donde tanto las drogas como el alcohol actúan como una forma de pertenencia al grupo. Es un momento de riesgo, y para algunos una manera de salir del modelo social imperante.

Por otro lado, las múltiples alternativas que actualmente existente en el mercado para consumir, para relacionarse y divertirse, muchas de las cuales favorecen las situaciones de riesgo, serían otras de las razones por las que los menores consumen alcohol. La ingesta de alcohol en menores es ante todo y principalmente **una vía de diversión**, que ha dejado en un

segundo plano al ocio saludable y constructivo como puede ser la práctica del deporte o la realización de actividades culturales.

El alcohol, desde hace muchos años, representa un papel importante como parte del ocio entre los adolescentes y jóvenes. En los momentos actuales, la imagen del consumo de alcohol llega a ser sinónimo de éxito social, de diversión, de ocio, de modernidad, etc. Cuando los adolescentes van conquistando pequeñas libertades y comienzan a salir solos sin la compañía paterna, se encuentran que en el mundo de sus iguales el alcohol es un instrumento de fiesta y diversión, una acción que les hace sentirse mayores, demostrar su autonomía, y también experimentar riesgos.

Y si la influencia del grupo, y el beber como forma de diversión es importante en estas actitudes, tampoco podemos olvidar **el papel de las familias**. La actual sociedad, donde la conciliación familiar y laboral resulta todavía una utopía, unido a la dejación -voluntaria o involuntaria- de algunos padres a ejercer sus deberes básicos como lo son la educación y control de los hijos, hacen que la influencia de la familia sea mucho menor en que épocas anteriores. La ausencia de tiempo, medios o capacidades de muchos padres para crear convivencia, diálogo y modelos, así como para conocer qué hacen, dónde salen y con quién van sus hijos para divertirse.

Los menores no ingieren alcohol sin la acción, o mejor dicho no-acción, de las familias. Uno de los elementos recurrentes de las distintas investigaciones realizadas al respecto es la tolerancia, cuando no mero desconocimiento, de las familias respecto de los hábitos de sus hijos, especialmente cuando están fuera del hogar familiar. Los menores y jóvenes hacen lo que han aprendido a hacer en su proceso de socialización pero sin duda, también, aquellos que sus padres les toleran hacer. Y la gran permisividad de los padres hacia el inicio del consumo de alcohol en sus hijos es también reflejo de la gran tolerancia social que existe en España frente al consumo de bebidas alcohólicas.

Junto a estas razones hemos de destacar asimismo **otros factores de riesgo que afectan al propio individuo** como lo son la predisposición

genética o los trastornos de la personalidad, y que pueden influir en que el adolescente desarrolle problemas con el consumo de alcohol.

Por otro lado, determinadas **instituciones del mercado están contribuyendo asimismo a facilitar el consumo de alcohol** en este sector vulnerable de la población. Durante mucho tiempo los grandes almacenes incumplían reiteradamente la prohibición de venta de alcohol a menores de edad. Posteriormente cuando las condiciones se fueron endureciendo surgieron pequeños comercios, abiertos hasta altas horas de la madrugada en las que el incumplimiento señalado se hacía aún más patente. Sorprende comprobar como, a pesar de la prohibición de venta y consumo de alcohol a los menores de 18 años, la práctica es que éstos apenas tienen dificultades para su adquisición. Son escasas las ocasiones en las que se requiere por los responsables de los establecimientos, sobre todo pequeñas tiendas, supermercados cercanos, o tiendas con horario nocturno, justificación de que el comprador tiene la edad legal para consumir alcohol. En otras ocasiones, para salvar estas limitaciones, los adolescentes encargan la compra de la bebida a algún amigo o persona que tenga la edad suficiente para adquirir las bebidas.

La publicidad también adquiere especial protagonismo. Es cierto que la publicidad de bebidas alcohólicas, al igual que el tabaco, está prohibida o al menos muy restringida en la mayoría de los medios como son la televisión, radio, recintos deportivos, centros escolares, etc. Pero precisamente esta limitación es la que potencia el uso de la técnica publicitaria en las vías públicas, lugares accesibles sin ningún tipo de cortapisa para los menores de edad. Un paseo por cualquier calle, plaza, o parque en Andalucía nos permite encontrar carteles donde se publicitan bebidas alcohólicas y a los que los menores pueden acceder sin ninguna limitación.

Hemos de aludir asimismo al **papel de las Administraciones públicas** que tampoco han ejercido con contundencia las funciones que tienen legalmente encomendadas de control del cumplimiento de la legislación por parte de las empresas y comercios de facilitar alcohol a los menores. Laxitud que en muchas ocasiones se hace extensiva al control de consumo de alcohol en lugares públicos por los menores, en especial, en las zonas de botellones.

Con ocasión de la elaboración de nuestro Informe especial sobre la incidencia de la Ley 7/2006¹⁶, conocida como “Ley antibotellón”, un importante número de Ayuntamientos andaluces consultados confirmaron la existencia de controles específicos para vigilar la venta de alcohol a personas menores de edad, si bien aludían a las grandes dificultades para realizar esta labor y, en su caso, para hacer cumplir la sanción impuesta al establecimiento por la comisión de la infracción.

Algunos Ayuntamientos destacaron que los denominados establecimientos de conveniencia -cuya implantación ha proliferado en los últimos tiempos- son los lugares donde principalmente se vende alcohol a personas menores de edad. Y ello con el agravante de que cuando se instruye el expediente sancionador y se acuerda la sanción de cierre del establecimiento, la práctica es que sus responsables traspasen el local a otra persona de su entorno. Como quiera que la sanción pesa sobre la titularidad del establecimiento y no sobre éste, al final del procedimiento el Ayuntamiento se encuentra con una sanción administrativa que no puede ejecutar.

6.4. Efectos de la ingesta de alcohol en adolescentes y jóvenes

Las consecuencias adversas del consumo de alcohol, tanto a nivel social como legal y de salud individual, constituyen un problema que afecta a muchos adolescentes y jóvenes. No obstante, a pesar del conocimiento que hoy se posee acerca de estas consecuencias negativas, así como de su prohibición de consumo hasta alcanzar la mayoría de edad, cada año un número significativo de adolescentes empiezan a consumir cada vez más a edades tempranas.

Para algunos, estamos ante un consumo meramente experimental e instrumental fruto de una época concreta de la vida del ser humano. Sin embargo, para otros, el inicio en el consumo de alcohol, tabaco u

¹⁶ Defensor del Pueblo Andaluz: “Incidencia en el ocio juvenil en Andalucía de la Ley 2/2006 (Ley Antibotellón)”, 2012. www.defensor-and.es