



Los Padres tienen la palabra

Trabajando por hábitos de consumo responsables: la cerveza en el contexto mediterráneo

Bruselas 4 Mayo 2010

Prof. Petra M^a Pérez

Catedrática de Teoría de la Educación y Directora del Instituto de Creatividad e Innovación Educativa de la Universitat de València

Buenas tardes,

Me gustaría aprovechar los minutos de los que dispongo para agradecer, en primer lugar, a Cerveceros de España, la oportunidad que me ha brindado de colaborar en una causa y un proyecto con los que estoy más que comprometida: la educación y formación de los menores de edad para prevenir el consumo inapropiado de alcohol.

Antes de contarles en qué consiste la campaña “Los padres tienen la palabra” creo que es importante abordar algunos datos y hechos clave.

En España las bebidas fermentadas como la cerveza y el vino están asociadas a la ingesta de alimentos y al entorno familiar o de amigos y se consume generalmente en cantidades moderadas. Por el contrario, las bebidas destiladas se toman fundamentalmente sin alimentos, generalmente en horario nocturno y fuera del hogar.

En las políticas de prevención de los casos de abuso y consumo de alcohol, los **jóvenes y menores** constituyen dos de los principales grupos de interés, en los que se encuentran diferentes pautas de consumo para estos tipos de bebidas.

Así, diferentes estudios apuntan que, si bien en líneas generales el consumo de alcohol ha descendido en los últimos años, el consumo abusivo de alcohol entre los jóvenes se produce fundamentalmente



en relación con las bebidas alcohólicas destiladas combinadas y los fines de semana.

Es cierto que el "binge drinking" ha comenzado a introducirse entre algunos jóvenes españoles, donde predominan las bebidas de alta graduación alcohólica, así como el botellón. No obstante, tal y como se ha referido ya, en este seminario en nuestro país los patrones de consumo de la cerveza se enmarcan en otro contexto que es el de la dieta mediterránea, tan característica del sur de Europa.

En lo que se refiere al contexto de los jóvenes, quiero señalar que la prohibición puede resultar contraproducente y no siempre es creíble. Antes hay que tener en cuenta **qué influye en el consumo en general. En esta edad los procesos de identificación y personalización** son muy fuertes: las modas, lo que hace el resto del grupo... determinan también lo que consumen y la forma en la que lo hacen.

Los estudios sociológicos indican que el fenómeno del botellón es la manifestación de una carencia que existe en la actualidad ya que si lo hicieran para beber lo harían en su casa, donde también tienen acceso a la bebida. Por esta razón, hay que ser cautelosos con las medidas de prohibición en esta cuestión pues el 'botellón' posee un "halo trasgresor" que puede motivar al joven a buscar la reafirmación personal.

Es importante que al enfocar las medidas más adecuadas para evitar el abuso debemos siempre basarnos en la evidencia, y la que existe no demuestra que la prohibición sea la mejor vía para evitar el consumo inapropiado. Tampoco está comprobado que la permisividad es la alternativa. Los resultados de estudios realizados en este ámbito indican que los adolescentes pertenecientes a familias en la que **los padres son excesivamente autoritarios o permisivos, abusan más del consumo de alcohol** que aquellos cuyos padres son democráticos o indiferentes.

De hecho, el 89% de los jóvenes de 16 a 35 años cree que las medidas prohibitivas para evitar el abuso de alcohol pueden provocar **efectos contrarios al deseado**, y el 94% considera que



las medidas más eficaces para atajar el consumo irresponsables de alcohol **son las educativas** y preventivas.

Por otra parte, en tanto que el consumo de alcohol entre niños y adolescentes se ha convertido en un relevante asunto de salud pública, resulta esencial identificar las motivaciones fundamentales del comportamiento actual de niños y adolescentes. Así, según múltiples investigaciones, los padres y el grupo de iguales son los principales influenciadores en esta cuestión.

Diversos estudios indican que la educación y la familia son los principales factores que influyen en la actitud y el comportamiento en relación con este tema. En esta línea, se ha demostrado que los adolescentes que pasan más tiempo con el grupo de iguales que consume alcohol son más proclives a su consumo.

Así, las creencias de los menores se forman con la conducta imaginada de lo que espera el grupo de iguales, la conducta esperada de los padres y las propias que hayan podido aprender. Por ello, la **percepción de los patrones** juega un papel fundamental, especialmente en entornos en los que los estudiantes tienden a **sobreestimar la cantidad de alcohol consumida** por sus iguales y, por lo tanto, a incrementar su propio consumo para equipararse con ese patrón percibido.

Esas creencias determinarán una actitud, que precede a la intención y ésta a la acción. Es importante, por lo tanto, tener en cuenta el proceso previo a la acción para poder actuar adecuadamente, en la fase previa, de forma preventiva y no cuando ya se haya producido la acción.

Una vez abordada esta realidad quiero presentarles la campaña desarrollada por Cerveceros de España "**Los padres tienen la palabra**". Se trata de una campaña dirigida a los padres para fomentar su implicación a la hora de educar y ayudar a sus hijos a tomar decisiones responsables frente al consumo de alcohol.

El objetivo es promover en los padres la educación y la formación de sus hijos, sobre todo de edades comprendidas entre 6 y 13 años,



en el consumo responsable, para prevenir el consumo del alcohol entre los jóvenes hasta la edad adulta. Para los niños de 6 a 13 años, los padres son el primer referente, durante esta época, deben ser el modelo con quien puedan identificarse, potenciar una buena comunicación y ofrecerles confianza e información clara sobre cómo actuar de forma responsable es fundamental. **Dado que las pautas que rigen el consumo posterior de alcohol se establecen en los primeros años de vida, se hace necesaria la educación para un consumo responsable de alcohol que evite los abusos y permita una vida saludable en el futuro.**

La campaña está basada en una guía, de mi autoría, y que cuenta con el **apoyo del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino**. La campaña se desarrolla con **las asociaciones de padres y alumnos más representativas en España: CONCAPA y CEAPA**.

En la guía se ofrecen pautas eficaces y reales sobre cómo educar a los hijos preadolescentes. Dentro de estas pautas se destaca la importancia de la **información, educación y prevención**.

La **información** pasa por distinguir los diferentes tipos de bebidas alcohólicas (fermentadas y destiladas), las diferentes pautas de consumo (responsables y abusivas), conocer los efectos del consumo de alcohol y sobre todo ser tajantes en la prohibición del consumo de bebidas alcohólicas por parte de los menores de edad. Los padres deben **informar** a sus hijos desde temprana edad (6 años) **sobre la toma de buenas decisiones ante el consumo de alcohol** y la primera de todas es inculcarles que no deben consumir ninguna bebida con contenido alcohólico hasta llegar a la mayoría de edad, ya que ello podría conllevarles un deterioro de su salud y un mal desarrollo físico e intelectual. Llegados los 18 años, si optan por consumir este tipo de bebidas, deben hacerlo de manera responsable y siempre con un consumo moderado y siempre acompañado de alimentos. Además, también hay que enseñarles que muchos adultos, por decisión propia, no beben nunca alcohol y llevan una vida plena y saludable. **Todo ello, sin demonizar el consumo moderado que puedan estar**



haciendo los mismos padres, como adultos responsables, ante sus hijos.

En lo que se refiere a la educación, no me quiero extender en este tema, pues supondría largas horas de reflexión y debate. Quisiera apenas destacar la importancia de **establecer límites y normas y de fomentar el autocontrol y la responsabilidad** desde una temprana edad.

En lo que se refiere a la prevención, recordar que no es pedagógico esperar a que surja el problema y sancionar por eso insistimos en la apuesta por las medidas preventivas, tal y como he expuesto anteriormente.

Por último solamente, informaros que esta guía se difunde en centros de enseñanza y se puede descargar en la página web de Cerveceros de España. Para reforzar el mensaje principal de la campaña se llevan a cabo conferencias dirigidas a los padres en las que se explica cómo conseguir educar a los hijos en la prevención del abuso de alcohol y aunque puede resultar difícil medir la influencia de este tipo de iniciativas, es significativo destacar desde el inicio de la campaña, en el año 2004, se han impartido charlas informativas en centros escolares de prácticamente todo el territorio nacional, y se han distribuido más de 30.000 ejemplares de la guía por todo el país.

Muchas gracias.