

# Día Mundial SIN Alcohol



La OMS instauró el 15 de noviembre como el “Día Internacional SIN Alcohol” para sensibilizar a la población mundial sobre las graves consecuencias sociales y personales que lleva su consumo.

En estos días se ha hablado mucho de la niña de 12 años que murió después de un “atracción de alcohol” en un “botellón”. La pregunta que mayoritariamente nos hemos hecho es “¿Cómo es posible que esto suceda?” Para pasar inmediatamente a preguntarnos “¿De quién es la responsabilidad?”, sin pararnos a pensar en el sufrimiento de esos padres desarmados argumentalmente frente a la normalidad social de este consumo: ¡*Toda la gente lo hace!* ¡*Todas mis amigas van!*

La tolerancia social hacia el consumo de alcohol es la responsable de muchas situaciones parecidas. La pregunta es “¿Cómo es que todo el mundo se ha puesto de acuerdo para tener la misma actitud, cuando vivimos en una sociedad tan plural?”

Socialmente todos tenemos admitido que se puede “beber responsablemente”, esto es “sin abusar” siempre que sea sin “sobrepasar el límite”, “sabiendo beber”. Todo ello nos traslada a aquella frase imperativa de “bebe con responsabilidad” que en la actualidad ha derivado a una “recomendación” de “consumo responsable” presente en todas las acciones “preventivas” de la industria del alcohol, que ha llegado a ser el “talismán” de la prevención.

Este “pensamiento” junto a la presencia *hasta la saturación* del alcohol como patrocinador de muchos de nuestros eventos deportivos, culturales y sociales, que lo sitúan como uno de los ejes centrales del evento, se traduce a nivel empresarial en un aumento de sus propios beneficios por el incremento de la venta de sus productos en detrimento de un aumento del coste social y sanitario consecuencia del gasto que ocasiona eliminar los residuos sólidos que producen, en evitar los desórdenes públicos, las alteraciones del descanso, las agresiones, los comas etílicos, los accidentes, las incapacidades, las muertes...

Sin embargo esta “acción benefactora” de patrocinio o mecenazgo se ve ensombrecida, en algún caso, por el intento de evadir su responsabilidad fiscal, en perjuicio del interés de todos los ciudadanos. Un ejemplo es la noticia aparecida en la prensa nacional de que una de las mayores multas, 92’37 millones de euros, que se han puesto en España por evasiones fiscales ha sido precisamente a los dueños de una Cervecería nacional muy importante (noticia, septiembre 2016).

Para evitar todo lo anterior, el Servicio de Drogodependencias participa y actúa en todas aquellas actividades que favorezcan un cambio de actitud social frente al consumo de alcohol a través de la toma de decisiones libre.