`Bebe, pota, `bebe, repeat - El Mundo Castellón al Día - 03/12/2017

'BEBE, POTA, 'BEBE, Y REPEAT'

PREMIAN EN BARCELONA UNA CAMPAÑA DE DOS ESTUDIANTES DE LA UJI CONTRA EL ABUSIVO CONSUMO DE ALCOHOL ENTRE LOS JÓVENES

E. M. CASTELLÓN

La campaña publicitaria de dos estudiantes de la Universitat Jaume I de Castellón para concienciar a la juventud sobre los peligros del abuso de la ingesta de alcohol sin control de forma periódica, se ha valido el reconocimiento de un festival internacional, celebrado en Barcelona.

Los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Jaume I Manuel Pérez y Pablo Ibáñez han ganado un bronce en la categoría Healthcare del festival Drac Novell Internacional, por la campaña «Bebe, pota, bebe, repeat», que incide en los perjuicios de binge drinking.

El Observatorio Español define el *binge brinking* como un patrón de consumo intermitente, en forma de atracones, concentrado en sesiones de pocas horas, asociado principalmente a las noches de fin de semana y que se realiza en grupo. Los jóvenes, grupo de gran incidencia de esta práctica, son el principal objeto de esta campaña, por su perfil de «bebedores abusivos de fin de semana» y con «escasa percepción del riesgo».

Según indican fuentes de la UJI, los impulsores de la campaña buscan concienciar a la sociedad sobre este problema entre la juventud y, en especial, entre los menores de edad.Para sensibilizar sobre esta problemática, los estudiantes propone la creación de unos artistas llamados Menores y Thealcohol que colaboran juntos en una canción, «que se difundiría en emisoras de radio como si fuera un nuevo hit musica».

Además, la campaña también contempla la difusión de este mensaje a través de un anuncio publicitario y material gráfico en diferentes formatos para redes sociales, prensa, medios online, etc. «Se completa con un videoclip protagonizado por distintos influencers y una lista en Spotify que incluye diferentes temas que presentan más situaciones relacionadas con los menores y el alcohol», aportan los impulsores.

La edad media de inicio de los adolescentes españoles en el consumo de drogas ha aumentado a lo largo de la crisis económica, entre 2009 y 2014, al tiempo que se ha invertido la tendencia habitual en los últimos años y ahora comienzan antes a consumir alcohol que tabaco. Así se desprende de la evaluación final de la Estrategia Nacional sobre Drogas 2009-2016, que muestra cómo la edad de inicio en el consumo de alcohol ha crecido ligeramente, de los 13,7 a 13,8 años de media, mientras que la de inicio del tabaco ha pasado de los 13,3 a los 13,9 en el mismo periodo.

LA EDAD MEDIA DE INICIO DEL CONSUMO, EN LOS 13,9 AÑOS

Y en el caso del cannabis, la droga más consumida entre los adolescentes, la edad de inicio también ha crecido ligeramente, pasando de los 14,6 a los 14,8 años. Según las estadísticas históricas del Ministerio de Sanidad, es la primera vez desde 1994 que se observa un consumo de alcohol antes que el de tabaco, ya que entonces se empezaba a los 13,5 y 13,9 años respectivamente.

Además, el informe también muestra como entre 2009 y 2015 ha aumentado el porcentaje de población general que consume alcohol por atracón o *binge drinking*, de 14,9% al 17,9%, y es la única sustancia en la que ha crecido el número de consumidores considerados «problemáticos», ya que en 2015 había 1.552.000 (1.550.000 en 2009). En otras sustancias ha caído considerablemente ya que en 2015 había 15.000 consumidores problemáticos menos de heroína, 45.000 menos de cocaína y hasta 245.000 menos de cannabis.

Manuel Pérez y Pablo Ibáñez, autores de la campaña. EM