

Lorenzo Iaschi

L'ALCOL NEL XXI SECOLO

Il consumo di alcol è aumentato nell'ultimo decennio accrescendo così anche i problemi collegati ad esso. Le occasioni e i luoghi d'assunzione di alcol rimangono feste, discoteche, bar, pranzi e cenema, secondo una relazione del Ministero alla Salute, si è verificato un incremento dei consumi fuori pasto e di superalcolici soprattutto tra i più giovani. Preoccupanti i dati sulle giovani tra i 14 e i 17 anni il cui consumo fuori pasto è quasi triplicato nel decennio 2000-2010. I consumi maggiori si registrano verso il fine settimana, nelle serate di giovedì, venerdì e sabato con indici annui di mortalità in incidenti stradali del 37% per i maschi e del 18% per le femmine. Le opinioni dei giovani sono, però, prevalentemente "rassicuranti". Le loro risposte sono "basta che non guidi", "lo fanno tutti", oppure "lo so ma mi piace" preoccupandosi più dei rimproveri dei genitori piuttosto delle conseguenze. A contrasto con queste opinioni, la relazione del Ministero alla Salute del dicembre 2012, colloca l'alcol come terzo fattore di malattie quali cirrosi epatica e morti premature dopo fumo e ipertensione. Si registrano 195mila morti all'anno in Europa a causa degli effetti dell'alcol senza tener conto di incidenti, omicidi e suicidi. Le cause della diffusione e dell'aumento dei consumi di alcol sono rappresentate dalle pressioni sociali, dai mass-media e dalla pubblicità che associa l'alcol a immagini di successo. Secondo una ricerca effettuata dall'Osservatorio Nazionale Alcol nel 2001 in 3mila ore di programmazione televisiva di Rai e Mediaset, la presenza di scene riguardanti il consumo di alcol avveniva ogni 13 minuti creando così una normalizzazione del bere. Per questi motivi le disposizioni del Ministero alla Salute contro il fenomeno dell'alcolismo vietano la pubblicità di alcolici in determinate fasce orarie protette, in giornali destinati ai minori, le stesse regolano le percentuali di alcol nelle bevande e mirano a educare i consumatori sui pericoli di un uso sbagliato.