



# Paternalidad para la Prevención: Alfabetización mediática

## Entendiendo el impacto de la exposición de los jóvenes a la publicidad

La exposición de los jóvenes a la publicidad del alcohol y del tabaco juegan un papel importante en la experimentación precoz con el alcohol y productos del tabaco, así como a un aumento en los hábitos de consumo riesgosos y al uso de cigarrillos electrónicos.

### Cómo la industria comercializa alcohol para niños

El alcohol sigue siendo la sustancia más usada por los jóvenes estadounidenses. Los jóvenes menores, de 12 a 20 años, consumen el 11% de todas las bebidas alcohólicas. La investigación muestra que los jóvenes están fuertemente influenciados por la publicidad y el marketing del alcohol.

La exposición general a la publicidad de bebidas alcohólicas específicas de la marca es un fuerte predictor del consumo de alcohol por parte de los jóvenes menores de edad. Los jóvenes de 13 a 20 años:

- tienen 5 veces más probabilidades de consumir marcas publicitadas en la televisión nacional
- tienen 36% más probabilidades de consumir marcas publicitadas en una revista nacional

El emplazamiento de una marca de alcohol tiene un impacto sobre las conductas de los jóvenes menores de edad a la hora de consumir alcohol.

- Las marcas que son más comercializados en los medios de comunicación tienden a ser las marcas que los jóvenes prefieren
- Las tasas de consumo de alcohol reportadas fueron más altas para los jóvenes que informaron haber visto programas de televisión con tasas más altas de emplazamiento de marcas más comercializados.

### Las niñas corren un riesgo particular

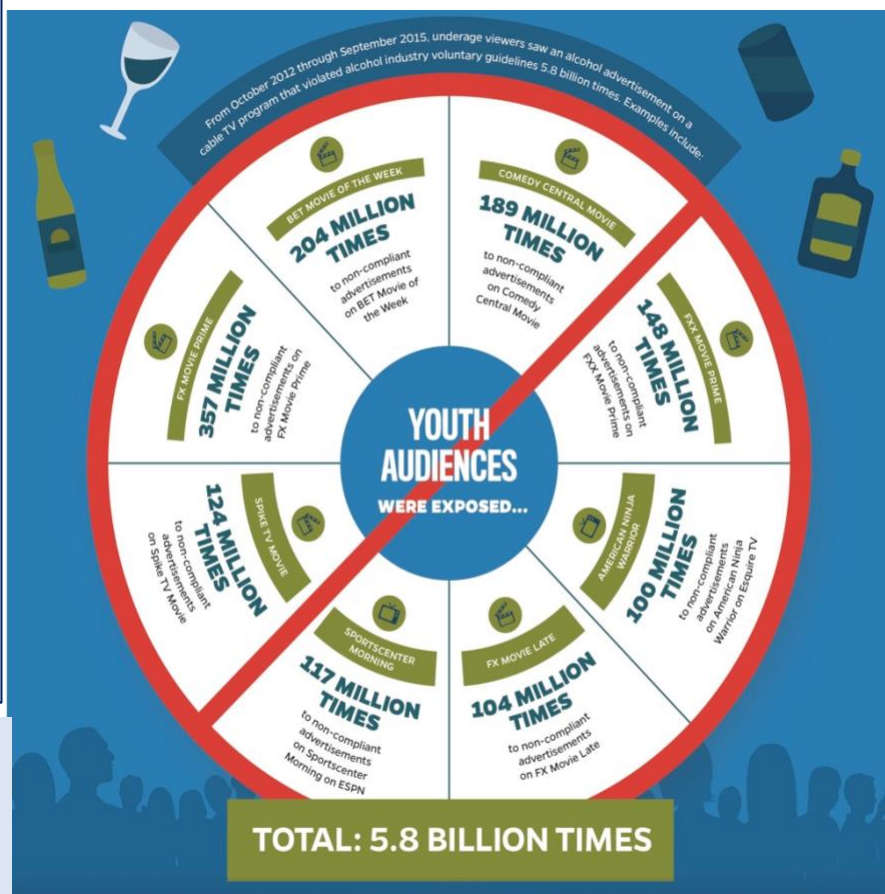
Estudios de niñas del séptimo grado han demostrado que la exposición frecuente al alcohol puede llevar al consumo de alcohol y problemas con el mismo para el noveno grado.

~ Las niñas pueden ser particularmente vulnerables a la publicidad del alcohol, especialmente a la mercancía con marca de alcohol (ABM por sus siglas en inglés). Un estudio encontró que las niñas de 10 a 14 años de edad que tenían ABM tenían más de 3 veces más probabilidades de comenzar a consumir alcohol dentro de 1 a 2 años que las niñas que no tenían ABM.

~ Las mujeres menores, de 18 a 20 años, fueron expuestas a más alcohol y productos relacionados con el alcohol por 16 de las 25 marcas principales consumidas que las mujeres adultas.

### REDUCIR LA EXPOSICIÓN DE LOS JÓVENES A LA PUBLICIDAD DEL ALCOHOL EN LA TELEVISION POR CABLE

Los estudios han demostrado que cuanto más se exponen los jóvenes a la comercialización del alcohol, más probabilidades hay de que comiencen a beber, o si ya empezaron, beberán más.



### El factor de las redes sociales

Las marcas de alcohol que consumen los jóvenes menores de edad están significativamente asociadas con la cantidad de "me gusta" que tiene una marca en su página de Facebook y con la cantidad de videos que se ven en YouTube. Casi 1 de cada 3 menores de edad dijeron que vieron contenido relacionado con el alcohol en línea el mes anterior.

## Cómo la industria comercializa productos de tabaco para niños: *Tabaco, cigarrillos electrónicos y vapeo*

Los cigarrillos electrónicos son los productos para fumar más utilizados entre los jóvenes de EE. UU.

Según el Centro de Control de Enfermedades (CDC, por sus siglas en inglés), los jóvenes están expuestos a más anuncios de cigarrillos electrónicos que nunca. En 2016, 4 de 5 estudiantes de la escuela intermedia y secundaria fueron expuestos a publicidad de cigarrillos electrónicos. Esto es un aumento del 12% a partir de 2014.

La exposición a la publicidad del tabaco está relacionada con las posibilidades de que los jóvenes prueben los cigarrillos electrónicos. Los jóvenes que usan cigarrillos electrónicos y otros productos de tabaco tienen más probabilidades de reportar haber visto anuncios de estos productos. El aumento en la publicidad de cigarrillos electrónicos ha coincidido con un aumento en el uso de los jóvenes. Un estudio mostró que los adolescentes expuestos a la publicidad del tabaco tenían un 15% más de probabilidades de decir que estarían dispuestos a probar los cigarrillos electrónicos.

Los cigarrillos electrónicos se comercializan y promueven a través de estrategias diseñadas para atraer a los adolescentes, que incluyen:

- Temas de romance, libertad y rebelión.
- Características de diseño de productos elegantes
- Creando un eco en las redes sociales
- Atractivos sabores
- Publicidad en tiendas de conveniencia (bodegas) cerca de escuelas, guarderías, centros de recreación, etc.



Juul, el jugador más dominante en el mercado de cigarrillos electrónicos, usó las redes sociales, personas influyentes de productos y las imágenes, temas y sabores atractivos para los jóvenes para promocionarlos en gran medida entre los jóvenes. Una investigación de la FDA sobre las prácticas de mercadeo de Juul condujo a un cambio hacia la comercialización enfocada en los adultos, pero el impacto negativo que tuvo la publicidad temprana en el uso de los jóvenes hizo que la FDA llamara al uso del cigarrillo electrónico una crisis de salud pública.

### Addiction Now

<https://www.drugaddictionnow.com/2017/06/16/underage-drinkers-influenced-by-alcohol-ads/>

### American Academy of Pediatrics (Academia Estadounidense de Pediatría): Healthy Children.org

<https://www.healthychildren.org/English/health-issues/conditions/tobacco/Pages/Facts-For-Parents-About-E-Cigarettes-Electronic-Nicotine-Delivery-Systems.aspx>

### Center on Alcohol Marketing & Youth (Centro de comercialización de alcohol y jóvenes)

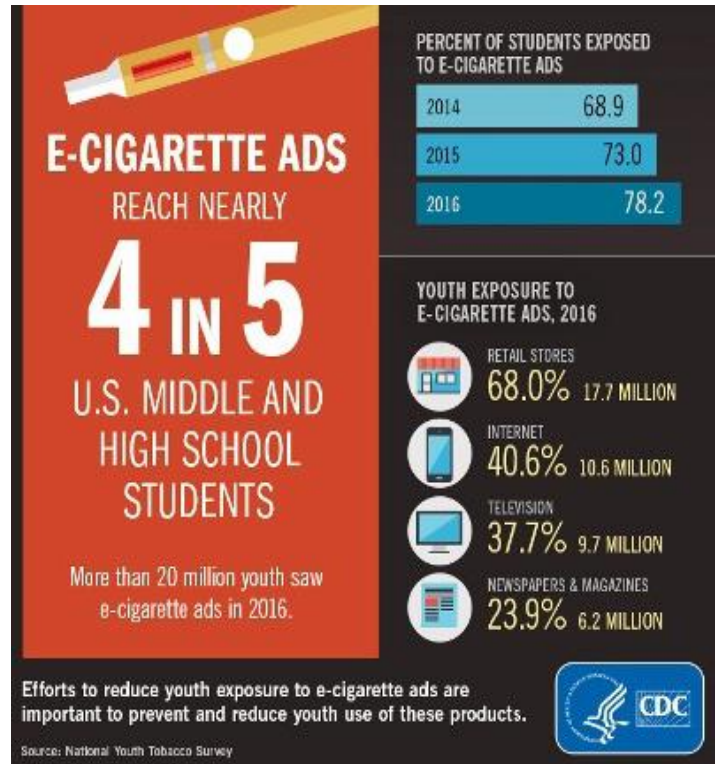
<http://www.camy.org/>

### Encuesta Nacional Para Jóvenes Sobre el Tabaco

[https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/surveys/nyts/index.htm](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/surveys/nyts/index.htm)

### verywell family

<https://verywellfamily.com/teen-drinking-influenced-by-alcohol-advertising-67845>



## Esfuerzos de prevención y consejos para padres

Si bien las políticas que regulan la publicidad y la comercialización de los productos de tabaco son las estrategias más efectivas para evitar el uso de los jóvenes, los padres siguen siendo una poderosa influencia.

- Hable con su hijo(a) adolescente sobre por qué no deben usar productos de tabaco.
- Sepa qué medios están viendo sus hijos
- Veá programas juntos y hable sobre el contenido
- Hable sobre lo que la publicidad no está mostrando
- A los adolescentes no les gusta ser engañados.

Cuando los adolescentes aprenden que el objetivo de la industria del tabaco es convertirlos en consumidores de por vida, es más probable que reconsideren su uso.