

China prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas

Nueve de los más de veinte canales de la cadena nacional de televisión china CCTV no emitirán publicidad de cerveza, vino, néctares etílicos u otras bebidas alcohólicas, según ha notificado el subdirector de publicidad de la emisora He Haiming, en unas informaciones dadas al diario Nuevo Pekín.

Por otra parte, las marcas de bebidas alcohólicas desean comunicar una imagen "sexy" al consumidor final. De manera directa o indirecta, muchas marcas de bebidas etílicas convierten al sexo en la estrella de sus campañas de publicidad. www.marketingdirecto.com

También el alcoholismo sigue siendo uno de los lastres que arrastra a la juventud. Siendo la edad de inicio los 13,7 años. El consumo abusivo néctares etílicos ha llevado a la adicción a las nuevas generaciones, así lo asevera Alcohólicos Anónimos. En el ranking de drogas el primer puesto lo ocupa el alcohol; el 81,2% de jóvenes entre 14 y 18 años lo dilapida. www.alcoholicos-anonimos.org

La promoción de las bebidas etílicas es uno de los temas de la legislación publicitaria más debatidos y que suscitan más polémica. Ciertamente es que las prohibiciones publicitarias están justificadas por el legislador en orden a la protección de la salud y la seguridad de las personas, evitando el consumo indiscriminado.

"El abuso del alcohol crea más problemas de salud que las drogas". El Gobierno ha destinado más de 22 millones de euros para programas contra la droga, en los que se incluye, de modo especial, el alcohol.

También se han lanzado varias campañas publicitarias contra el consumo de las bebidas alcohólicas bajo los eslóganes: "El alcohol llena vacíos". "Habla con tus hijos, la información es prevención". "Bebe con moderación, es tu responsabilidad". Con estas acciones se ha intentado vigorizar las conductas y sugerir la exigencia individual en la dilapidación de bebidas alcohólicas.

El alcoholismo afecta más a las mujeres que a los hombres ya que, en ellas, la parálisis cerebral se desarrolla de una manera más rápida, según un estudio de la Universidad alemana de Heidelberg y la norteamericana de Stanford.

Por otra parte, ¿se ha analizado que las campañas publicitarias, en lugar de disminuir el consumo del alcohol, lo acrecientan?

Las bebidas etílicas son el ataque más grave que sufre la sociedad actual. Una agresión cuyas consecuencias son catastróficas ya que los adolescentes son las primeras víctimas.

Clemente Ferrer
clementeferrer3@gmail.com