

XX CONGRESO CUAM – ACMOR

La influencia de la publicidad en el consumo del alcohol

ALUMNOS INTEGRANTES:

CAROLINA ROSAS NOGUEZ

VANESSA HERNÁNDEZ ROMÁN

KAREN GUADALUPE ARANDA TORRES

ÁREA: HUMANIDADES

Asesores: Alfonso Cruz y Lic. Nora de la Vega

ESCUELA: CUAM MORELOS

Objetivo:

¿Qué tanto influye la publicidad en televisión, carteles y espectaculares en el consumo de alcohol entre los jóvenes?

Hipótesis 1:

Los comerciales de marcas de bebidas alcohólicas que se muestra en tv producen un mayor índice de consumo entre los jóvenes.

Hipótesis 2:

Los carteles publicitarios y espectaculares producen mayores índices de consumo en los jóvenes.

Marco teórico

El alcohol y la publicidad:

Los anuncios forman lo que pensamos y como nos sentimos. Venden más que el producto mismo. Venden ideas o mensajes que animan a al agente a que compre el producto. Las compañías que producen alcohol gastan mucho tiempo y dinero en crear imágenes que hacen que ele beber alcohol parezca atractivo. El mensaje que dan es que el alcohol dará una mejor vida.

¿Por qué consumen?

La creencia mas compartida entre los diferentes grupos de adolescentes y jóvenes, tiene que ver con la asociación, según su opinión entre el consumo de alcohol y las "consecuencias positivas" que este proporciona. Entre estas destacan según ellos

indican, una potenciación de la actividad psico-física (alegría, euforia, superación de la timidez y retraimiento, mejora del estado de ánimo, etc.), posibilidad de diversión e integración dentro de un grupo de amigos donde la mayoría consumen.

En la medida que el alcohol proporciona a los jóvenes una serie de efectos o consecuencias positivas, y el joven los interpreta como un beneficio, dichos efectos se convierten en motivos de consumo.

La juventud, como regla general, no asocia el consumo de alcohol con los problemas que puedan derivarse, ellos esperan del alcohol cambios positivos globales (facilitador de expresividad emocional, desinbidor y potenciador de las relaciones sociales, etc.), y a la vez no creen que dicha sustancia tenga consecuencias negativas, influyendo considerablemente en un mayor consumo durante el fin de semana, donde las relaciones interpersonales se intensifican.

Por eso anticipar los "efectos positivos" y no las verdaderas consecuencias negativas, conlleva a que se produzca un mayor consumo social.

En resumen, los motivos principales que el mundo adolescente o juvenil usa para explicar el consumo de bebidas alcohólicas son:

*Es un modo de "ponerse alegre", "alcanzar el punto".

*Forma de búsqueda de afiliación, con imitación de conductas, con consumo que a veces se impone desde el propio grupo de amigos en que se participa.

*presión social, a veces producida desde la publicidad

*desinhibición, superación de la vergüenza.

*el consumo actuaría como modelo de imitación y expresividad de la edad adulta

Al analizar los efectos producidos por el consumo los efectos por el consumo de alcoholes probable que el joven elija la estimulación agradable, cierta e instantánea proporcionada por el mismo. De este modo se construyen pensamientos propios ("no todos los que beben alcohol tendrán una dependencia física o psicológica" "no todos tienen accidentes de coche", "el alcohol afecta a los otros, que no controlan, pero no a mí"..)Que contribuyen a reforzar los efectos o ideas positivas.

Efectos del alcohol en el sistema nervioso

Los daños que produce el alcohol sobre los tejidos nerviosos se deben a la acción combinada del alcohol como sustancia tóxica, y a la falta de vitaminas concretamente la B1 o tiamina. Los problemas más comunes del sistema nervioso son:

Metodología

Esta investigación de campo se realizó en base a una encuesta aplicada a una muestra de población con las siguientes Características:

*50 a hombres jóvenes de edad rango 17-21 años

*50 a mujeres jóvenes de edad rango 17-21 años

Por otro lado se llevó a cabo un registro de anuncios (comerciales) que promueven el consumo de alcohol en televisión, durante una hora por tres consecutivos.

También se realizó un conteo de registro del número de anuncios que existen en las avenidas principales del primer cuadro de la ciudad de Cuernavaca.

Bibliografía

<http://es.wikipedia.org/wiki/Alcoholismo>

<http://www.monografias.com/trabajos/alcoholismo/alcoholismo.shtml>

<http://www.issste.gob.mx/aconseja/alcoholismo.html>

<http://www.tuotromedico.com/temas/alcoholismo.htm>