



Alcohol Justice condena la publicidad de bebidas alcohólicas en el Super Bowl LIX que expone a 30 millones de jóvenes menores de edad

FREE OUR SPORTS®

SAN RAFAEL, California, 6 de febrero de 2025 /PRNewswire-HISPANIC PR WIRE/ -- [Alcohol Justice](#), expresa su categórica desaprobación a la exposición de alrededor de 30 millones de menores de edad a las publicidades de bebidas alcohólicas durante la televisión desde Nueva Orleans del Super Bowl de este año. La organización destaca que este tipo de marketing tiene un impacto perjudicial en los jóvenes, debido a que contribuye a la iniciación precoz en el consumo de bebidas alcohólicas y, en consecuencia, a riesgos para la salud.

"Es sumamente inquietante que las empresas de bebidas alcohólicas se aprovechen de eventos deportivos de esta envergadura, como el Super Bowl, para promocionar sus productos a un público influenciable", declaró Cruz Avila, director ejecutivo de Alcohol Justice. *"Esta publicidad dirigida pone en riesgo la salud y la seguridad de nuestros jóvenes, además de desvirtuar los trabajos en salud pública para poner un freno, no solo al consumo de bebidas alcohólicas de menores, sino a todo consumo perjudicial de bebidas alcohólicas".*

Las [investigaciones](#) demuestran que la exposición a publicidades de bebidas alcohólicas aumenta la probabilidad de que los adolescentes comiencen a beber o de que beban aún más, si ya bebían. La naturaleza generalizada de estas publicidades en eventos de alto perfil normaliza el consumo de bebidas alcohólicas y las asocia con lo emocionante de los deportes, por ello son especialmente atractivas para espectadores jóvenes y peligrosas para quienes luchan contra trastornos por consumo de sustancias.

"La asociación de las bebidas alcohólicas con los deportes genera el relato peligroso de que beber es esencial para disfrutar de los eventos deportivos," agregó Michael Scippa, director de Relaciones Públicas en Alcohol Justice. *"Este relato no solo induce a error en los telespectadores jóvenes, sino que también promueve una cultura en la que el consumo de alcohol se acepta e incluso se celebra".*

Alcohol Justice exige normativas más estrictas para las publicidades de bebidas alcohólicas en eventos con una importante cantidad de espectadores jóvenes. La organización propugna políticas que limiten la exposición al marketing de bebidas alcohólicas a espectadores menores de edad, como restringir este tipo de publicidades durante eventos deportivos televisados y prohibir patrocinios con los que se asocien marcas de bebidas alcohólicas con equipos, estrellas o eventos deportivos.

"Proteger a nuestros jóvenes y a otros espectadores vulnerables de los efectos perjudiciales de las bebidas alcohólicas es una responsabilidad colectiva", concluyó Avila. *"Instamos a los responsables políticos, las transmisoras y al sector de bebidas alcohólicas a que [Free Our Sports](#) (Liberen nuestros deportes) de las publicidades de bebidas alcohólicas y a que prioricen el bienestar por encima de las ganancias y apliquen medidas que impidan la exposición al marketing de bebidas alcohólicas, en especial a menores de edad".*

Alcohol Justice es una organización sin fines de lucro que trabaja en la prevención de daños relacionados con el alcohol y otras drogas mediante la promoción basada en evidencias y la organización comunitaria.

Para más información sobre los proyectos, campañas y actividades de promoción de Alcohol Justice, visite www.alcoholjustice.org.

CONTACTOS: Michael Scippa, 415 847-3006