

La Asociación de usuarios de la Comunicación, contraria a la prohibición de la presencia de menores en la publicidad.

AUC considera maximalista la iniciativa del Parlamento italiano de prohibir la publicidad televisiva con menores de 14 años.

Ante la información difundida sobre la decisión del Parlamento Italiano de prohibir la presencia de menores de 14 años en la publicidad televisiva, la Asociación de usuarios de la Comunicación (AUC) quiere señalar lo siguiente:

1. La protección de los menores en su relación con los contenidos televisivos, publicitarios o no es sin duda una preocupación legítima. Por ello, la Directiva de la Televisión sin Fronteras y las leyes nacionales que la incorporan en cada estado miembro establecen una serie de restricciones orientadas a ese fin. Por ejemplo, en el caso español (Ley 25/1994, modificada por la Ley 22/199) se prohíbe que los menores inciten directamente a la compra o que personajes famosos y populares avalen los productos infantiles, y se extremen los requisitos de presentación veraz de los productos anunciados.
2. Pero las limitaciones a la publicidad infantil deben ser ponderadas, y no suponer un descalabro para la viabilidad empresarial de productos perfectamente legales como, por ejemplo, los juguetes. Prohibir la presencia de menores en la publicidad es una decisión maximalista y excesiva, ya que la publicidad es una actividad que forma parte de la vida cotidiana de todas las personas, sin diferencia de edad. La Asociación de Usuarios de la Comunicación siempre se ha mostrado en contra de medidas extremas adoptadas en algunos países (como prohibir *in extenso* la publicidad infantil, la publicidad en determinadas franjas horarias o en relación a determinados programas), que acaban teniendo un efecto contrario al buscado. Por ejemplo, penalizando la emisión de programas dirigidos a menores.
3. La AUC sí ha planteado, en todo caso, algunas propuestas de modificación de la actual Directiva, cuya modificación debe realizarse en los próximos meses en Bruselas, orientadas a incrementar la protección de los menores. Entre ellas, la no utilización del emplazamiento de producto en la programación infantil o la prohibición de la presencia de menores en anuncios referidos a productos o servicios que no van dirigidos a este segmento de edad.

Para más información: **Angeles Pérez 629 18 36 08**