

31 de mayo, Día mundial sin Tabaco

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) denuncia la incoherencia legislativa existente en la regulación de la publicidad de tabaco.

Según AUC, la proliferación de legislaciones autonómicas muy diversas genera inseguridad jurídica a los fabricantes, confunde a la opinión pública y perjudica a la protección de la salud de los ciudadanos.

La Asociación pide también más claridad a la futura Ley reguladora del tabaco, que debe iniciar su trámite parlamentario.

La proliferación de legislaciones autonómicas reguladoras de la publicidad de tabaco, con grados muy distintos de protección de los usuarios, ha generado una situación insostenible de inseguridad jurídica para los fabricantes; de importante confusión entre la opinión pública sobre qué publicidad de tabaco es o no ilícita, y en definitiva, de falta de aplicación de la normativa que redundará en perjuicio de la salud de los ciudadanos.

Esa es la conclusión a la que llega la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) en un informe que acaba de hacer público coincidiendo con la celebración del Día Mundial Sin Tabaco instituido por la OMS, en el que analiza la legislación vigente en España sobre publicidad de tabaco.

El informe de AUC señala que, de acuerdo con la Ley General de Publicidad, la publicidad de tabaco en televisión tanto directa como indirecta está prohibida desde el año 88; algo que vino a dejar aún más clara la Directiva de la televisión sin Fronteras tras su incorporación a nuestro ordenamiento jurídico en 1994.

Sin embargo, desde la pasada década se han ido aprobando diferentes normativas autonómicas en materia de drogodependencias, de protección y de infancia y de comunicaciones que ha generado una gran confusión en este terreno. Ello se debe, fundamentalmente:

- A que dichas normas vuelven a legislar sobre la publicidad de tabaco en televisión matizando, de forma innecesaria y en ocasiones no válida, la prohibición absoluta de la Ley General de Publicidad. Así, en algunas

Comunidades se pretende prohibir la publicidad de tabaco en televisión sólo en determinadas franjas horarias o en programas dirigidos a la infancia.

- A que, para el resto de medios (prensa, radio, cine, Internet), los niveles de restricción publicitaria cambian significativamente de unas comunidades a otras: en unos casos sólo se prohíbe la publicidad en los medios públicos; en otros, en todos los que se difunden en la Comunidad Autónoma; en otros, en determinados contenidos, horas o páginas, etc.
- A que, para otro tipo de soportes o formas publicitarias, la variedad es aún mayor: en Madrid se prohíbe la publicidad de tabaco en los transportes públicos y marquesinas, aunque en estas últimas es bastante común encontrarla; en Cataluña, se permite el patrocinio, lo que supone una vía de entrada para todo tipo de publicidad de tabaco. Y lo mismo ocurre con la relación de lugares públicos en los que se prohíbe fumar.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación espera que la aprobación de la futura Ley reguladora de la venta, el suministro y la publicidad de los productos del tabaco suponga una armonización de la normativa y una mejora en la protección de la salud de los ciudadanos. Esta Ley, a pesar de algunas deficiencias (como la falta de limitación efectiva a la extensión de marca), prohibirá, con escasas excepciones, la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidas las máquinas expendedoras y los servicios de la sociedad de la información.

Para más información: **Ángeles Pérez 629 18 36 08 / 696 90 79 09**