

## **La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) insta al Gobierno a acelerar la aprobación de la Ley que prohíbe la publicidad de tabaco en todos los medios**

**El próximo 31 de julio entra en vigor la Directiva comunitaria sobre este tema, que debe ser cumplida por todos los países miembros**

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) ha pedido al Gobierno español que agilice los trámites para la tramitación parlamentaria del Anteproyecto de Ley Reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de productos de tabaco, con el fin cumplir en el menor periodo posible con la obligatoriedad de incorporación de la Directiva comunitaria sobre el tema, que entra en vigor el próximo 31 de julio.

La Directiva, aprobada por el Parlamento Europeo y el Consejo en 2003, prohíbe la publicidad de tabaco en los medios de comunicación impresos, en la radio y en internet, complementado así la prohibición ya existente para la televisión. Hasta el momento 12 de los estados miembros de la UE han notificado a la Comisión la incorporación de la Directiva a sus respectivos ordenamientos jurídicos, y otros estados están en la práctica aplicando ya prohibiciones similares. En España, sin embargo, se ha cumplido el plazo previsto para la transposición de la Directiva sin que se haya desarrollado una normativa específica en este ámbito.

El Anteproyecto de Ley española hasta ahora conocido viene a prohibir la publicidad de tabaco, así como su patrocinio y promoción, en todos los medios de comunicación con algunas excepciones como las publicaciones profesionales y la publicidad dirigida a los compradores en expenderías. Esta Ley vendría a confirmar así que el llamado "emplazamiento de producto" (mostración de marcas fuera del contexto publicitario) de tabaco, lo que hasta ahora venía generando polémica a luz de la Directiva de la Televisión Sin Fronteras.

El aspecto más polémico del Proyecto de Ley hasta ahora conocido es que no restringe suficientemente la llamada "extensión de marca", es decir, la utilización de la misma denominación o rasgo distintivo utilizado para productos de tabaco para otro tipo de productos, ya que se permitiría cuando se trate de productos que hayan sido comercializados con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley, sin establecimiento de límite temporal.