



Organizaciones sociales y de profesionales de la salud valoran positivamente las restricciones a la publicidad de alcohol recogidas en la Ley General de la Comunicación Audiovisual, pero las consideran insuficientes

Defienden que debería haberse establecido esa prohibición de 6 de la mañana a 10 de la noche, coincidiendo con el horario legal de protección del menor.

Madrid, 18 de Marzo de 2010. Diferentes organizaciones sociales, de padres y madres, de defensa de la infancia, vecinales, de actuación en el campo de las adicciones, de telespectadores y de profesionales de la salud han manifestado su satisfacción porque, tras su aprobación definitiva en el Congreso, la Ley General de la Comunicación Audiovisual establezca una mayor restricción a la publicidad de alcohol en televisión. De acuerdo con la nueva norma, la publicidad de bebidas alcohólicas de más de 20 grados centesimales sigue estando prohibida en televisión. Además, la publicidad de bebidas de menor graduación, que hasta ahora no contaba con ningún tipo de limitación, no podrá difundirse entre las 6 de la mañana y las 10 de la noche.

AUC, CEAPA y CONCAPA, FARE, FRAAVVM, iCmedia, Protégeles, Proyecto Hombre, OETI, semFYC, TAC y Tambor de Hojalata, se han pronunciado de forma conjunta, valorando de modo positivo que finalmente se hayan desestimado las enmiendas presentadas por CiU y Entesa para que las nuevas restricciones sólo afectaran a las bebidas destiladas y no a las fermentadas (vino, cerveza, cava, sidra). Los firmantes consideran injustificable el argumento mantenido por estos grupos parlamentarios según el cual la ingesta de estas últimas bebidas no genera problemas para la salud. El Grupo Popular también había protagonizado una enmienda en el Senado para eliminar las restricciones a la publicidad de bebidas alcohólicas.

Se da la circunstancia de que, recientemente, tanto el Grupo Popular como CiU han presentado en el Congreso Proposiciones no de Ley instando al Gobierno a tomar medidas para prevenir el consumo excesivo de alcohol entre los jóvenes.

Según la Encuesta Estatal Sobre Uso de Drogas en Estudiantes de Enseñanzas Secundarias (ESTUDES) correspondiente a 2008, el 81,2% de los menores entre 14 y 18 años declara haber consumido alguna vez alcohol y un 58,5% en los 30 días previos a la entrevista. La edad de inicio del consumo de alcohol se sitúa entre los 13 y los 14 años, y un 29,1% declara haberse emborrachado en los últimos 30 días. Además, la bebida más consumida por los jóvenes según la encuesta es la cerveza, aunque el consumo de combinados/cubatas y licores es más intenso en el fin de semana. El 9,5% de los estudiantes declara haber conducido un vehículo bajo los efectos del alcohol. La cifra asciende a un 12,5% en el caso de los estudiantes de 18 años.

De todos modos, y teniendo en cuenta que el alcohol es un producto cuya venta y consumo público está prohibido para los menores de 18 años, las organizaciones consideran que lo coherente hubiera sido prohibir la publicidad de bebidas alcohólicas por televisión en el horario legal de protección del menor, que va de las 6:00 a las 22:00 horas.

Con motivo de la entrada del Proyecto de Ley en el Senado, estas organizaciones se dirigieron a la Ministra de Sanidad buscando su apoyo para la protección de los menores ante la publicidad de bebidas alcohólicas, y como contrapeso a las presiones que tanto la industria alcohólica como determinadas comunidades autónomas estaban realizando para modificar dicho Proyecto.

Las organizaciones firmantes consideran, en definitiva, que se ha perdido una oportunidad para afrontar uno de los aspectos sin duda importantes del fenómeno del consumo abusivo de alcohol por parte de los menores, que tanto preocupa a la sociedad española.

Para más información: Alejandro Perales Albert (600 56 46 92)