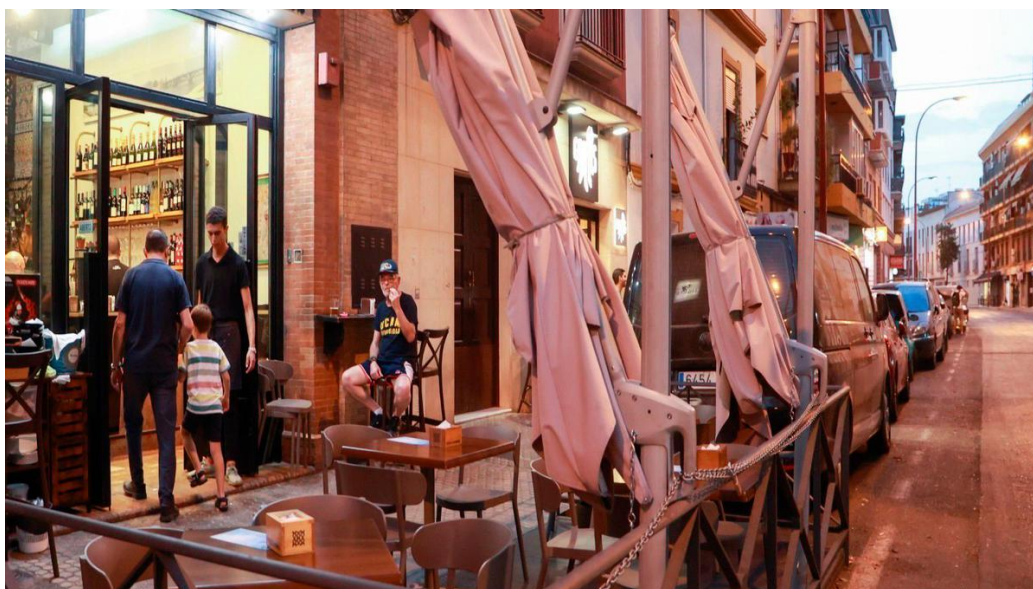


Ni sombrillas, ni sillas, ni mesas: la nueva propuesta de ley de alcohol y menores eliminará la publicidad en el...

- La publicidad de marcas alcohólicas quedará prohibida en el mobiliario de los bares situados a menos de 200 metros de los centros educativos



Los bares próximos a escuelas u otros espacios frecuentados por menores no podrán disponer de publicidad en su mobiliario

bares,Publicidad,alcohol,sanidad,menores

</politica/2024/08/05/mobiliario-bares-ley-alcohol-menores-106586999.html>

Pablo Fernández

Lunes, 05 agosto 2024

Adiós a las míticas **sombrillas " Cruzcampo "**, al menos en terrazas próximas a escuelas. Las **marcas de alcohol**, como la popular firma andaluza de cerveza, no podrán **prestar mobiliario con publicidad** en los bares ubicados a **menos de 200 metros** de un espacio **frecuentado por menores**. Sanidad inicia los trámites para combatir el consumo de esta sustancia psicoactiva entre los más jóvenes a través de la **nueva propuesta de ley**. El sector hostelero sufre las consecuencias de esta medida que algunos consideran "**muy estricta**" e "**innecesaria**".

En la capital hispalense los bares y terrazas próximas a centros educativos tendrán que prescindir o renovar el **mobiliario que disponga de publicidad**. Las grandes cadenas hacen la competencia a los bares "de toda la vida" que tratan de sobrevivir ante las nuevas tendencias hosteleras. Tener que llevar a cabo cambios en "muebles útiles y en buen estado", supone un **gasto extra** que próximamente se verán obligados a asumir.

El **alcohol** es la **droga más consumida** por jóvenes de 14 a 18 años. Según revela la Encuesta Estatal sobre Uso de **Drogas** en Enseñanza Secundaria (**ESTUDES**), en 2023, el **73%** de los encuestados aseguran haberlo tomado en el **último año**; mientras que **56%** confirma haberlo hecho en el **último mes**.

El anteproyecto de ley lo dice claro: “no se podrá **emplazar publicidad en la vía pública** , o en lugares visibles desde la misma”. La publicidad de marcas alcohólicas si **se permitirá** en perímetros que estén **a más de 200 metros lineales** de localizaciones con abundante afluencia de menores de edad. No obstante esta promoción queda reducida únicamente al **nombre de la marca** . En cuanto a las **ubicaciones frecuentadas por jóvenes** se refieren a: **centros de educación** primaria, secundaria obligatoria, formación profesional, de **enseñanzas especiales** y bachillerato, **centros sanitarios** , de servicios sociales y sociosanitarios, **parques** y lugares de **ocio infantil** .

Para combatir este consumo generalizado, **la venta de alcohol** queda prohibida en los espacios deportivos y de ocio u otros como los destinados a espectáculos públicos. En estos últimos, **se veta la venta de alcohol** siempre y cuando las **actividades programadas** estén pensadas para **públicos no mayores de edad** .

Con el objetivo de apoyar la anterior norma, establecen **límites en la publicidad y comunicación comercial** . La publicidad de bebidas con **alcohol** u otros productos que aparenten serlo **no está permitida** bajo ningún concepto. Esta regla se vuelve aún **más restrictiva** , ya que no podrán participar en las campañas promocionales **personajes de relevancia pública** que tengan **influencia en colectivos menores** o mujeres **embarazadas** .

Tampoco se puede utilizar en la promoción de estos productos la **imagen o voz** de usuarios con edad **inferior a 21 años** . En referencia al lenguaje, el anteproyecto señala que no se podrán emplear elementos vinculados o que despierten el interés de personas menores de edad. Relacionar el consumo con el **éxito** en cualquiera de sus facetas, ya sea **social o sexual** pasará a ser **ilegal** . Los populares términos “ **consumo responsable** o **moderado** ” quedan prohibidos porque pueden **generar confusión** en el consumidor.