

Europa Ciudadana: "España discrimina la publicidad de alcohol en TV por su graduación, caso único en Europa"

Las bebidas alcohólicas superiores a 20 grados no pueden anunciarse en televisión desde 1988, una legislación única en Europa y que no está basada en evidencia científica. En la gran mayoría de los estados miembros de la UE la publicidad de estas bebidas está permitida y no existe esta discriminación

Desde el año 1988 la legislación española en materia publicitaria no permite que las bebidas alcohólicas superiores a 20 grados puedan anunciarse en televisión, lo que convierte a nuestro país en un caso único en toda Europa. Ésta es la principal conclusión a la que ha llegado el nuevo informe de Europa Ciudadana, "La regulación de la publicidad en TV en la Unión Europea: el caso español", tras analizar cada uno de los ordenamientos jurídicos en materia de publicidad de los estados miembros de la Unión Europea.

"Desde hace 32 años, la regulación en materia publicitaria es un ejemplo de mala praxis jurídica, única en Europa, ya que se discrimina a un producto de la misma categoría frente a otro sin ninguna base científica y de forma arbitraria ya que esa distinción de 20 grados no responde a ninguna evidencia médica ni clínica y atenta contra el principio de igualdad de trato", señala el autor del informe y Presidente de Europa Ciudadana, José Carlos Cano.

Por ello, ahora, más de tres décadas después que se aprobase esa discriminación, el Gobierno tiene la oportunidad de acabar con esta anomalía en el proceso de transposición de la Directiva europea de Comunicación Audiovisual que regula, entre otros aspectos, la publicidad en televisión. Para ello, solo debe aplicar lo que recoge la Directiva respecto a la publicidad de alcohol en televisión.

"La Directiva de Comunicación Audiovisual permite que las bebidas alcohólicas puedan anunciarse en televisión y, para ello, establece una serie de criterios exhaustivos, pero no discrimina en función de la graduación. Por eso, el Gobierno debe, en el marco de la transposición de la Directiva, modificar la legislación en vigor y aplicar lo que establece la Directiva para acabar con esta anomalía", subraya el presidente de Europa Ciudadana en su informe.

En este sentido, el informe destaca que no hay ninguna evidencia científica que permita concluir que los efectos nocivos de las bebidas alcohólicas para la salud pública dependan de su nivel de graduación, ya que lo determinante es la cantidad de alcohol consumido.

Según el profesor Cano, "todos los alcoholes son iguales y así lo dicen las autoridades sanitarias y, por tanto, no tiene ningún sentido esta diferenciación existente actualmente". De hecho, el propio Ministerio de Sanidad afirma de forma explícita: "desde la perspectiva sanitaria tiene mayor relevancia determinar los gramos de etanol absoluto ingerido, que el volumen de bebida alcohólica".

Las regulaciones en otros países

Para poder subsanar este error, el informe apunta como modelos a seguir para España las legislaciones publicitarias de Grecia, Portugal, Alemania, Holanda o Italia, en las que se compaginan los objetivos regulatorios de la nueva Directiva de Comunicación Audiovisual estableciendo limitaciones por horarios y audiencias sin tener que discriminar a un producto alcohólico frente a otro en función de su graduación

Por otra parte, el informe también advierte de que España podría incurrir en graves responsabilidades caso de mantener esta discriminación no sólo ante la jurisdicción española -ordinaria y constitucional en la medida que se afectan derechos fundamentales susceptibles de amparo- sino también ante la jurisdicción europea.

Sobre Europa Ciudadana

Europa Ciudadana es un think tank académico especializado en asuntos europeos.

Datos de contacto:

Europa Ciudadana
615 973 084

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing Televisión y Radio Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>