

La regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas

Una armonización pendiente

Diciembre 2015

Índice

Introducción	3
La regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas en la normativa estatal	5
Posición de AUC en relación al borrador de la Ley de medidas para regular la prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos	8
La regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas en la normativa autonómica	14
Andalucía	14
Aragón	15
Canarias	16
Cantabria	18
Castilla-La Mancha	20
Castilla y León	21
Cataluña	25
Comunidad Valenciana	27
Extremadura	30
Galicia	34
Islas Baleares	38
La Rioja	38
Madrid	40
Murcia	43
Navarra	45
País Vasco	46
Principado de Asturias	49

Introducción

La literatura científica ha venido demostrando de forma sistemática no sólo los efectos negativos del consumo de alcohol, sino también las consecuencias que se derivan de la exposición a los mensajes que promueven el consumo de bebidas alcohólicas en los medios de comunicación, especialmente en el caso de las comunicaciones comerciales¹. Principalmente, el adelanto de la edad de inicio de ese consumo y su incremento en términos de frecuencia y cantidad.

En el caso español, las investigaciones sobre hábitos de consumo de las sustancias entre las diferentes poblaciones, muy especialmente las encuestas EDADES y ESTUDES, aportan la información fundamental sobre el estado de ese consumo y su evolución en el tiempo², poniendo de relieve aspectos como los siguientes:

- ▶ Entre la población general, un 64,4% de los encuestados declara haber ingerido alcohol en el último mes, con una edad media de inicio de consumo algo inferior a los 17 años.
- ▶ 2 de cada 10 personas dicen haberse emborrachado en el último año
- ▶ El 15,5% de la población de 15 a 64 años habría consumido alcohol de modo excesivo el último mes, especialmente en la cohorte de edad de 15 a 29 años.
- ▶ El 81,9% de los jóvenes entre 14 y 18 años declara haber ingerido alcohol en el último año, con un porcentaje relativamente superior entre la población femenina (82,9% frente a 80,9% entre los chicos). Y un 74% en el último mes,
- ▶ La media de inicio entre estos jóvenes se sitúa en 13,9 años.
- ▶ El 59,9% de los chicos y el 61,5% de las chicas dicen haberse emborrachado alguna vez
- ▶ El 62,0% ha hecho botellón
- ▶ El tipo de bebida más consumida por los jóvenes en fin de semana son los combinados (62,4%), seguidos de la cerveza (44,5%) y del vino (26,1%). En días de diario, la cerveza (19,9%) domina claramente sobre las otras bebidas.

¹ OMS, 2014; McClure et al., 2013; Grenard 2013; European Alcohol and Health Foro, 2009; Smith & Foxcroft, 2009; Anderson et al., 2009; Zeigler, 2005.

² Veáanse:

Informe 2013 “Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España”

http://www.pnsd.msssi.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2_Informe_2013.pdf

Encuesta 2013-2014 sobre el consumo de sustancias psicoactivas en el ámbito laboral en España

<http://www.pnsd.msssi.gob.es/profesionales/publicaciones/catalogo/catalogoPNSD/publicaciones/pdf/EncuestaLaboral2013.pdf>

Ambos del Observatorio El Observatorio Español de la Droga y las Toxicomanías y la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

Ante esta situación, cabría replantearse la permisividad con la que en Europa se afronta la regulación de las comunicaciones comerciales sobre bebidas alcohólicas, si se compara, por ejemplo, con la estricta normativa existente para el tabaco.

En el caso español, las modificaciones legislativas operadas en los últimos años se han orientado a propiciar una mayor liberalización de la publicidad de bebidas alcohólicas de menor graduación. Además, más allá de lo establecido en la Ley General de Publicidad y en la Ley General de la Comunicación Audiovisual, especialmente para el ámbito televisivo, el marco normativo de la publicidad de bebidas alcohólicas en España se caracteriza por una amplia gama de normativas autonómicas que contemplan la regulación de la venta, consumo y publicidad de alcohol, con notables diferencias en su concepción y articulado. Ello nos lleva a reivindicar la necesidad de una normativa a nivel estatal que permita sistematizar esa regulación en el marco de la unidad de mercado,

Tras varios intentos fallidos, en diferentes legislaturas, de sacar adelante una normativa específica de regulación de la venta y consumo de alcohol, en 2015 se presentó el borrador de la Ley de medidas para regular la prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos, que finalmente ha quedado también fuera de la agenda parlamentaria.

El informe que aquí se presenta analiza básicamente la normativa estatal existente; recoge la posición de AUC ante el mencionado borrador, y expone lo recogido en la legislación de las diferentes comunidades autónomas sobre la venta, consumo, publicidad y promoción de bebidas alcohólicas.

La regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas en la normativa estatal

La mencionada **Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (LGP)**, en su artículo 5.5, prohíbe la publicidad de bebidas con graduación alcohólica superior a 20 grados:

- ▶ Por medio de la televisión.
- ▶ En aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo.

Hay que recordar que la limitación de publicitar alcohol en aquellos lugares en los que estuviera prohibida su venta y consumo se aplicaba inicialmente a todas las bebidas alcohólicas, independientemente de su graduación, hasta la modificación de este artículo por la disposición final séptima de la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.

Es decir, la modificación vino a rebajar el nivel de protección para la salud de los consumidores existente durante más de dos décadas.

La limitación de publicitar alcohol en aquellos lugares en los que estuviera prohibida su venta y consumo permite vincular esta norma:

- ▶ Con La Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte, que en su artículo 61.1 prohíbe la introducción y venta de toda clase de bebidas alcohólicas en las instalaciones en que se celebren competiciones deportivas, y con sus homólogas autonómicas que no especifiquen en contrario.
- ▶ También permite interpretar la normativa autonómica en materia de venta, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, a la luz de esta norma básica estatal.

El artículo 5.5 de la LGP prevé, asimismo:

- ▶ La posibilidad de que las limitaciones establecidas para las bebidas alcohólicas con más de 20 grados centesimales pudieran extenderse a aquéllas menor graduación, aunque, como hemos visto, la tendencia ha sido exactamente la contraria.
- ▶ La obligación de un desarrollo reglamentario que limite la forma, contenido y condiciones de la publicidad de bebidas alcohólicas en aquellos casos en los que, por su graduación o circunstancias, sí puedan publicitarse, algo que los sucesivos gobiernos desde la aprobación de la norma no han conseguido sacar adelante salvo en el medio televisivo. Se trataría de una limitación “en orden a la protección de la salud y

seguridad de las personas, teniendo en cuenta los sujetos destinatarios, la no inducción directa o indirecta a su consumo indiscriminado y en atención a los ámbitos educativos, sanitarios y deportivos”.

Por su parte, el apartado 6 señala que el incumplimiento de las normas especiales que regulen la publicidad de los productos, bienes, actividades y servicios a que se refieren los apartados anteriores, tendrá consideración de infracción a los efectos previstos en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y en la Ley General de Sanidad

En cuanto a la **Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual** (LGCA), prohíbe en su artículo 18.3 (letras c, d y e):

- ▶ La comunicación comercial televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, de acuerdo con lo señalado por la LGP.
- ▶ La prohibición de la comunicación comercial televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados cuando:
 - Se emita fuera de la franja de tiempo entre las 20,30 horas y las 6 horas del día siguiente, salvo que esta publicidad forme parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.
 - Esté dirigida a menores, fomente el consumo inmoderado o asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico, el éxito social o la salud.

Volviendo a la LGCA, en el caso de la publicidad, en tanto que contenido elaborado por personas ajenas al prestador del servicio de comunicación audiovisual, se entiende que dicho prestador no incurre *prima facie* en responsabilidad administrativa cuando difunde un mensaje que contraviene la normativa, si bien habrá de cesar en su emisión a requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca

No hay que olvidar que la LGCA tiene como referencia la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual³, que esa norma incorpora al ordenamiento jurídico español.

La Directiva establece en sus considerandos 88 y 89, así como en su artículo 9.1 d) y e) una clara diferencia entre la comunicación comercial audiovisual directa o indirecta de cigarrillos y productos de tabaco, que queda prohibida, y la de alcohol, que se limita en su argumentario: no deberán dirigirse específicamente a menores ni fomentar el consumo inmoderado de esas bebidas.

³ Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual.

A mayor abundamiento, según su artículo 22, la publicidad televisada y la televenta de bebidas alcohólicas deberán respetar los criterios siguientes:

- ▶ No podrá estar dirigida específicamente a los menores ni, en particular, presentar a menores consumiendo dichas bebidas;
- ▶ No deberá asociar el consumo de alcohol a una mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos;
- ▶ No deberá dar la impresión de que el consumo de alcohol contribuye al éxito social o sexual;
- ▶ No deberá sugerir que las bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante o que constituyen un medio para resolver conflictos;
- ▶ No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad;
- ▶ No deberá subrayar como cualidad positiva de las bebidas su alto contenido alcohólico.

Aspectos todos ellos de obligado cumplimiento para la publicidad que se difunda en España, así como los que a continuación se indican:

- ▶ El mencionado artículo 9, en su apartado c) iii) señala que las comunicaciones comerciales audiovisuales deben abstenerse de fomentar comportamientos nocivos para la salud o la seguridad.
- ▶ El apartado g) de ese artículo señala que las comunicaciones audiovisuales comerciales no deberán producir perjuicio moral o físico a los menores.

De acuerdo con el artículo 3 de la Directiva, los Estados miembros podrían obstaculizar en su territorio las retransmisiones de los servicios de comunicación audiovisual procedentes de otros Estados miembros, por motivos inherentes a los ámbitos coordinados por la presente Directiva, y, en el caso de los servicios de comunicación audiovisual a petición, si es necesario entre otras por razones de salud pública y de protección de los consumidores.

Y, según el artículo 4.1, los Estados miembros tendrán la facultad de exigir a los prestadores del servicio de comunicación bajo su jurisdicción el cumplimiento de normas más estrictas o detalladas en los ámbitos regulados por la presente Directiva siempre y cuando estas normas sean conformes al Derecho de la Unión.

Posición de AUC en relación al borrador de la Ley de medidas para regular la prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos

Por lo que se refiere estrictamente las obligaciones y limitaciones en materia de publicidad y otras formas de promoción comercial de bebidas alcohólicas, tal y como constaban en el borrador al que AUC tuvo acceso:

Los menores como target

La Asociación de Usuarios y de la Comunicación valora positivamente que se contemple en el borrador de la ley la prohibición de las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas dirigidas a menores de edad, ya sean éstas directas o indirectas.

Concordamos con el borrador en los criterios explicitados para determinar que una comunicación comercial se dirige a las personas menores de edad: incitación o estimulación directa a la compra; incitación a la prescripción; contenido y diseño orientados; difusión en medios o soportes orientados (criterio de audiencia).

Acciones promocionales

Por lo que se refiere a las acciones promocionales, AUC valora positivamente la prohibición del acceso o participación de las personas menores de edad en ofertas, concursos y juegos como los que incluyan descuentos, premios y regalos de bebidas alcohólicas, así como de la entrega de dichas bebidas a personas menores de edad.

También la prohibición de toda forma de promoción comercial no publicitaria de bebidas alcohólicas, y del patrocinio o cualquier otra forma de financiación de todo tipo de actividades dirigidas específicamente a menores de edad, por parte de personas físicas o jurídicas cuya actividad, principal o secundaria, sea la fabricación, distribución, importación, exportación, promoción, venta o dispensación de bebidas alcohólicas, en los términos en los que se establece en el borrador de norma.

Igualmente, mostramos nuestro acuerdo con la prohibición del envío de bebidas alcohólicas no solicitadas, criterio que debe aplicarse con carácter general.

Comunicación comercial encubierta

En cuanto a la comunicación comercial encubierta, independientemente del bien o servicio promocionado, hay que tener en cuenta que ya está prohibida por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, por la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, y, en el ámbito audiovisual, por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Publicidad en la vía pública

En relación a la publicidad de bebidas alcohólicas en la vía pública y espacios públicos, AUC considera que la nueva norma estatal debería prohibirla con carácter general y con las excepciones que se establezcan para determinados lugares (como terrazas o veladores) de modo general, y subsidiariamente en el caso de las bebidas alcohólicas con graduación superior a los 20 grados, de acuerdo con lo señalado en el artículo 5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad:

Con ello se evitaría la indeseada situación actual, según la cual, de facto, la protección de los menores ante la publicidad de bebidas alcohólicas es mayor o menor dependiendo de la legislación de cada Comunidad Autónoma. Debe quedar claro, en ese sentido, que la prohibición debe referirse a la difusión / percepción del mensaje de modo que sea perceptible desde la vía pública por parte de los transeúntes, independientemente de la ubicación del soporte.

Publicidad en salas

AUC valora positivamente que se prohíba la publicidad de bebidas alcohólicas en las salas u otros espacios públicos o privados en los que se desarrollen espectáculos públicos dirigidos específicamente a menores de edad, durante el desarrollo o celebración de los mismos.

Publicidad audiovisual

Por lo que se refiere a las comunicaciones comerciales en radio, televisión y servicios conexos, AUC valora positivamente que se mantengan al menos las prohibiciones recogidas en los apartados c), d) y e) de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, teniendo en cuenta que quedan incluidos los servicios de comunicación audiovisual televisiva en abierto o codificados; gratuitos o de pago, y también los diferentes formatos publicitarios y promocionales (anuncios, televenta, publirreportajes, telepromociones, etc.).

Consideramos asimismo que la promoción de bebidas alcohólicas a través de emplazamiento de producto, telepromociones o patrocinios televisivos debería prohibirse *in extenso* o, en

todo caso, someterse a las mismas condiciones horarias y de graduación alcohólica establecidas para su publicidad convencional (anuncios).

La mencionada Ley 7/2010 prohíbe asimismo la comunicación comercial de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados cuando esté dirigida a menores, fomente el consumo inmoderado o asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico, el éxito social o la salud. AUC valora positivamente, en este sentido, que se prohíba la publicidad en torno a los programas dirigidos a menores.

Publicidad en prensa

En cuanto a la publicidad de bebidas alcohólicas en libros, folletos o publicaciones análogas, carteles o impresos de propaganda y en otras publicaciones impresas de distribución general, como diarios y revistas, así como también en publicaciones sonoras o audiovisuales, AUC valora positivamente la prohibición de las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas cuando por su contenido y/u otras características, estén dirigidas exclusiva o principalmente a menores de edad.

Consideramos también que, para el resto de publicaciones, debería prohibirse su ubicación en portadas y contraportadas (y en interior de portada/contraportada)⁴, así como en páginas o secciones de deportes, sin la necesidad, como se pretende, de que “contengan espacios dirigidos a menores de dieciocho años”, lo que quedaría ya encuadrado en la prohibición principal.

Publicidad en internet

Por lo que se refiere a las comunicaciones comerciales difundidas a través de los servicios de la sociedad de la información, reguladas por la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico, AUC está de acuerdo en las limitaciones establecidas en el borrador, si bien insta a que en la redacción de la Ley se tengan en cuenta las últimas modificaciones que, a través de otras normas de reciente aprobación, afectan a la mencionada Ley 34/2002. Igualmente, consideramos que debe hacerse referencia expresa no sólo al Título III de la norma, sino también a la potestad que el artículo 8.1 otorga para instar a los diferentes prestadores de servicios de la cadena de oferta (primarios y secundarios) la retirada de determinados contenidos en favor de la protección de la infancia y de los consumidores y usuarios en general.

⁴ Hay que recordar que, hace unos años, la Asociación Española de Editores de Diarios (AEDE) suscribió con el Ministerio de Sanidad un acuerdo en ese sentido (entre otras obligaciones) que no se mantuvo más allá de unos meses.

Publicidad telefónica

En relación a la utilización de comunicaciones telefónicas para la promoción publicitaria de bebidas alcohólicas, de no prohibirse, subsidiariamente estaríamos de acuerdo en la necesidad de consentimiento previo y expreso; de identificación del llamante, y de la prohibición de dirigirse a los menores.

Uso de marcas

AUC manifiesta su conformidad con la prohibición, con las excepciones tasadas, en el uso de nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos ya utilizados para identificar bebidas alcohólicas y, simultáneamente, otros bienes o servicios. Pero creemos que tal prohibición debería extenderse de modo general, y no sólo a productos de uso o consumo mayoritarios por menores de edad y que sean comercializados u ofrecidos por una misma empresa o grupo de empresas, con la excepción de símbolos, o signos distintivos considerados tradicionales o reconocidos por sentencia firme.

También estamos de acuerdo con la prohibición del acceso y las visitas de menores de edad a los centros de producción, ferias, certámenes, exposiciones, muestras y otras actividades similares de promoción de bebidas alcohólicas, en los términos establecidos en el borrador de la Ley.

Y, finalmente, con la prohibición de la promoción domiciliaria en los términos establecidos en el borrador de la Ley.

Mensajes obligatorios

AUC valora positivamente la obligatoriedad de incluir un mensaje que ponga de manifiesto que el consumo del producto anunciado está destinado a mayores de 18 años, así como su graduación alcohólica, en el caso de aquellas comunicaciones comerciales no prohibidas que tengan por objeto bebidas alcohólicas y que se desarrollen a través de anuncios televisivos, anuncios en periódicos y revistas, vallas de publicidad exterior, medios de comunicación social y servicios de la sociedad de la información,

Sin embargo, esta Asociación se manifiesta contraria a dejar fuera de la mencionada obligación una parte de los soportes de publicidad exterior; en concreto, las “coronaciones de edificios, monopostes o similares”. El objeto de la información obligatoria, a través de su visualización en las diferentes comunicaciones comerciales, es el de contribuir a evitar la presión promocional e informar adecuadamente sobre una de las características básicas del producto desde el punto de vista de sus consecuencias para la salud (su graduación alcohólica). No hay ningún motivo, a juicio de AUC, por el cual ese objetivo pierda su sentido en el caso de unos soportes u otros.

AUC se opone también a que se exceptúe la denominada “publicidad de patrocinio” de la obligatoriedad del mensaje. La publicidad de patrocinio no deja de ser una modalidad de comunicación comercial cuya intencionalidad es favorecer la notoriedad, el recuerdo, la compra y la ingesta de determinadas bebidas alcohólicas, en ocasiones de forma más indirecta y corporativa, y en otras añadiendo al anuncio publicitario como tal la referencia a la actividad patrocinada. Por lo tanto, es tan pertinente para ella como para cualquier otro formato promocional mantener el mensaje obligatorio previsto en el borrador. La experiencia de la publicidad exterior en Cataluña y de los códigos de autorregulación de cervezas y bebidas espirituosas, aconsejan precisamente mantener la obligatoriedad de ese mensaje en la publicidad de patrocinio para evitar la utilización abusiva de la misma.

Por otra parte, AUC considera que el mensaje obligatorio debería hacer también referencia a la promoción del consumo responsable, como ya se establece en otros sectores y en determinados códigos de autorregulación.

Restricciones en el argumentario

Además, en aquellos casos en los que las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas están permitidas, la Asociación de Usuarios de la Comunicación valora positivamente que se restrinjan en el argumentario la referencia a los menores (utilización de su imagen/voz); la utilización como testimonio o prescripción de personajes populares para ellos; la utilización de aspectos formales asociados a su cultura; la realización de actividades educativas o sanitarias, desarrolladas de forma mayoritaria por menores de edad. Todo ello con el fin de evitar la explotación indebida su credulidad ante adultos;

Valoramos también positivamente el establecimiento de otras restricciones relacionadas con la atribución de efectos positivos a la ingesta de alcohol tales como el rendimiento físico o psíquico, la habilidad, la seguridad o el éxito; los hábitos no saludables o las conductas ilícitas; la superación de problemas relacionales o de poder en el grupo; la presentación de una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad, o positiva de la embriaguez o ebriedad; resaltar como cualidad positiva de las bebidas su contenido alcohólico.

Por lo arriba señalado, consideramos que las limitaciones a la publicidad exterior (distancia de los centros docentes, sanitarios y de servicios sociales), incluida la de distribución manual, sólo deben aplicarse a la publicidad de bebidas alcohólicas de 20 grados o menos, y ello siempre que no se decida finalmente su prohibición *in extenso*.

Corregulación

En relación a la adopción de sistemas de regulación voluntaria, como los ya existentes para las comunicaciones comerciales del vino, la cerveza y las bebidas destiladas, AUC recuerda que el artículo 37 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, señala que la

elaboración de Códigos de Conducta por parte de las corporaciones, asociaciones u organizaciones comerciales, profesionales y de consumidores, para que sean asumidos voluntariamente por los empresarios o profesionales, y con el fin de elevar el nivel de protección de los consumidores, deberá garantizar en su elaboración la participación de las organizaciones de consumidores.

Igualmente señala ese artículo que dichos códigos de conducta deberán respetar la normativa de defensa de la competencia; se dotarán de órganos independientes de control para asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos por las empresas adheridas; deberán establecer sistemas eficaces de resolución extrajudicial de reclamaciones que cumplan los requisitos establecidos en la normativa comunitaria⁵ sin que ello suponga la renuncia a las acciones judiciales, y se les dará una publicidad suficiente para su debido conocimiento por los destinatarios.

Legitimación activa

Ha de quedar clara también la legitimación activa de las organizaciones de consumidores y usuarios reconocidas para el ejercicio de la acción de cesación o rectificación frente a conductas que lesionen los intereses colectivos o difusos de los consumidores y usuarios en las materias reguladas en esta Ley.

⁵ Resolución del Consejo de 25 de mayo de 2000 relativo a la red comunitaria de órganos nacionales de solución extrajudicial de litigios en materia de consumo.

La regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas en la normativa autonómica

ANDALUCÍA

Esta Comunidad Autónoma es una de las más permisivas por lo que se refiere a la publicidad de bebidas alcohólicas en lugares públicos, ya que no contempla la prohibición de venta y consumo en la vía pública, y por tanto, la limitación de la publicidad exterior.

La **Ley 4/1997, de 9 de julio, de prevención y asistencia en materia de drogas** prohíbe en su artículo 25 la publicidad de bebidas alcohólicas en

- ▶ Centros docentes, centros de menores, los de carácter recreativo y otros análogos destinados preferentemente a menores de dieciocho años.
- ▶ Centros de enseñanza superior y universitaria, centros sanitarios y dependencias de las Administraciones públicas.
- ▶ Áreas de servicio de autovías y autopistas.
- ▶ Instalaciones deportivas públicas y privadas.
- ▶ Con ocasión o mediante patrocinio de actividades deportivas, educativas y aquellas dirigidas a menores.

Se contempla también que la promoción pública de bebidas alcohólicas mediante ferias, exposiciones, muestras y actividades similares, deberá realizarse en espacios diferenciados cuando tenga lugar dentro de otras manifestaciones públicas. El acceso de los menores a estos espacios sólo se permitirá cuando estén acompañados de personas mayores de edad bajo su responsabilidad.

Por su parte, el artículo 26 de esta Ley prohíbe la venta o suministro de bebidas alcohólicas a los menores de 18 años⁶, así como:

- ▶ En centros docentes, centros de menores, los de carácter recreativo y otros análogos destinados a menores de dieciocho años.
- ▶ En el caso de bebidas alcohólicas superiores a 20° en los centros de enseñanza superior y universitarios, centros sanitarios, dependencias de las Administraciones públicas, hospitales y clínicas, así como en las instalaciones deportivas, áreas de servicio y gasolineras o estaciones de servicio ubicadas en las zonas colindantes con las carreteras, autovías, autopistas y en gasolineras ubicadas en los núcleos urbanos.

⁶ Queda excluida de esta prohibición la venta o suministro a mayores de 16 años que acrediten el uso profesional del producto.

- ▶ A través de establecimientos en los que no está autorizado el consumo, la de carácter ambulante y la efectuada a distancia, cuando tengan lugar durante el horario nocturno que reglamentariamente se determine.
- ▶ Mediante máquinas automáticas de venta salvo en lugares cerrados y haciendo constar en su superficie frontal la prohibición de venta o suministro de bebidas alcohólicas a los menores de edad.

ARAGÓN

La venta y consumo de bebidas alcohólicas en la vía pública, y por tanto su publicidad, quedan como competencia de las autoridades locales.

La **Ley 3/2001, de 4 de abril, del Gobierno de Aragón, de prevención, asistencia y reinserción social en materia de drogodependencias** prohíbe expresamente en su artículo 10 la publicidad directa e indirecta de bebidas alcohólicas y tabaco en:

- ▶ Medios de transporte público.
- ▶ Lugares donde esté prohibida su venta y consumo.

Según el artículo 9, la publicidad permitida deberá respetar en todo caso una serie de limitaciones:

- ▶ No dirigirse específicamente a menores de 18 años ni utilizar argumentos dirigidos a menores de edad, los cuales tampoco podrán protagonizar anuncios de este producto
- ▶ Quedan prohibidos los anuncios publicitarios en publicaciones juveniles que se editen en el territorio de la Comunidad Autónoma de Aragón, así como desde los centros emisores de la Comunidad Autónoma, tanto de televisión como de radio, en programas de contenido específicamente pedagógico o que vayan dirigidos exclusiva o preferentemente a menores de 18 años.
- ▶ No realizar patrocinios, financiación o publicidad de actividades deportivas, culturales o de cualquier otro tipo que vayan dirigidas fundamentalmente a menores de 18 años, si ello lleva implícita la aparición de dicho patrocinio o la difusión de marcas, símbolos o imágenes relacionados con las bebidas alcohólicas.
- ▶ No asociar los mensajes publicitarios a una mejora del rendimiento físico o psíquico, a la conducción de vehículos, al manejo de armas, al éxito social o sexual y a efectos terapéuticos, u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad.

Queda también prohibida la publicidad de objetos o productos que, por su denominación, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa, pueda suponer una publicidad encubierta de bebidas alcohólicas o tabaco.

El artículo 12 se prohíbe la venta y suministro de bebidas alcohólicas:

- ▶ A menores de 18 años.
- ▶ A todos los profesionales cuya actividad, de realizarse bajo la influencia de bebidas alcohólicas, pudiera causar un daño contra la vida o integridad física de las personas.
- ▶ A través de máquinas automáticas, salvo en establecimientos cerrados, a la vista de una persona responsable del establecimiento y con la prohibición que tienen los menores de 18 años de consumir bebidas alcohólicas en la superficie frontal de estas máquinas, en lugar visible.
- ▶ En los centros y dependencias de la Administración pública, salvo en los lugares expresamente habilitados al efecto en razón de su significación turística y/o cultural, y en los demás espacios habilitados siempre que en éstos se trate de bebidas alcohólicas de menos de 18 grados.
- ▶ En los centros sanitarios y sociosanitarios.
- ▶ En los centros docentes no universitarios.
- ▶ En los centros de atención o esparcimiento de menores.
- ▶ En las áreas de servicio y descanso en autovías y autopistas, así como las gasolineras, salvo que se trate de bebidas de menos de 18 grados.

Además, en todos los establecimientos, instalaciones o lugares donde se suministren, vendan o dispensen bebidas alcohólicas deberán colocarse, de forma visible al público y en las inmediaciones de estos productos, carteles que adviertan de la prohibición establecida.

La regulación de venta y consumo en la vía pública será competencia de las corporaciones locales, que establecerán en sus correspondientes ordenanzas municipales los criterios que regulen la localización, distancia y características que deberán reunir los establecimientos de venta y suministro de bebidas alcohólicas

CANARIAS

En esta Comunidad se prohíbe expresamente la publicidad de bebidas alcohólicas en la vía pública.

La **Ley 9/1998, de 22 de julio, sobre prevención, asistencia e inserción social en materia de drogodependencias** prohíbe expresamente en su artículo 19 la publicidad directa e indirecta de bebidas alcohólicas:

- ▶ En los programas, páginas o secciones dirigidas preferentemente al público infantil y juvenil, así como en franjas horarias de especial protección para los menores, en las

publicaciones, medios de comunicación social impresos o audiovisuales, editados o divulgados en la Comunidad Autónoma de Canarias.

- ▶ En todos aquellos lugares donde esté prohibida su venta y consumo.

La Administración de la Comunidad Autónoma no utilizará como soportes informativos o publicitarios objetos relacionados de manera directa o indirecta con el consumo de tabaco y bebidas alcohólicas.

Además, la publicidad permitida no podrá asociarse a una mejora del rendimiento físico o psíquico, al éxito social, a efectos terapéuticos, a la conducción de vehículos y al manejo de armas, así como ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad.

Por su parte, el artículo 20.4 señala que no se permitirá la venta ni el consumo de bebidas alcohólicas en:

- ▶ Los centros dependientes de las Administraciones Públicas de Canarias, fuera de los lugares expresamente habilitados al respecto y, en ningún caso, bebidas de graduación superior a veinte grados centesimales.
- ▶ Los centros sanitarios, sociosanitarios y sociales, salvo en las dependencias habilitadas al respecto y, en ningún caso, bebidas de graduación superior a veinte grados centesimales.
- ▶ Los centros de enseñanza no universitaria.
- ▶ Los centros de enseñanza universitaria, salvo en los lugares habilitados a tal efecto. e) Los centros destinados a la enseñanza y práctica deportiva.
- ▶ Los centros de asistencia a menores.
- ▶ La vía pública, salvo terrazas, veladores o en días de fiestas regulados por la correspondiente ordenanza municipal.
- ▶ Los locales de trabajo de las empresas de transportes públicos.
- ▶ Establecimientos abiertos al público en áreas de servicio y descanso de autovías, autopistas, y carreteras, excepto cuando se trate de bebidas de veinte o menos grados centesimales y fuera del período señalado en el epígrafe siguiente.
- ▶ Las áreas de servicio y descanso de autovías, autopistas y carreteras, gasolineras y demás establecimientos abiertos al público, incluso los que tengan autorizado un horario excepcional de apertura, entre las 22 horas y las ocho de la mañana del día siguiente, salvo los establecimientos de hostelería y ocio cuando otra cosa dispongan, expresamente, las ordenanzas municipales correspondientes.

CANTABRIA

La normativa de esta Comunidad Autónoma prohíbe expresamente la publicidad de bebidas alcohólicas (y su consumo) en la vía pública.

La Ley 5/1997, de 6 de octubre, de prevención, asistencia e incorporación social en materia de drogodependencias, señala en su artículo 20 que no está permitida la publicidad de bebidas alcohólicas

- ▶ Dirigida a menores de dieciocho años. También se prohíbe la utilización de la imagen y la voz de menores de dieciocho años en la confección de la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco.
- ▶ En los programas, páginas o secciones dirigidas preferentemente al público infantil o juvenil de los medios de comunicación social editados en la Comunidad Autónoma.
- ▶ A través de patrocinio o financiación de actividades deportivas o culturales dirigidas exclusivamente a menores de dieciocho años, si ello lleva aparejada la publicidad de dicho patrocinio, o la difusión de marcas, símbolos o imágenes relacionados con las bebidas alcohólicas o el tabaco.

La publicidad permitida, por su parte, no puede asociarse a una mejora del rendimiento físico o psíquico al éxito social, a equipos terapéuticos, a la conducción de vehículos y al manejo de armas, u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad.

Ello incluye la publicidad a través de objetos que por su denominación, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa pueda suponer una publicidad encubierta de bebidas alcohólicas.

Esta norma introduce una referencia a los posibles acuerdos del Gobierno autonómico con empresas fabricantes y distribuidoras de bebidas alcohólicas destinados a la autolimitación de la publicidad de estas sustancias.

El Gobierno de Cantabria no utilizará como soportes informativos o publicitarios objetos relacionados con el consumo de tabaco y bebidas alcohólicas.

Asimismo, el artículo 21 prohíbe expresamente la publicidad directa e indirecta de bebidas alcohólicas:

- ▶ Los centros y dependencias de la Administración de la Comunidad de Cantabria.
- ▶ Los centros sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales.
- ▶ Los centros docentes, incluidos los destinados a la enseñanza deportiva.

- ▶ Los centros y espectáculos destinados mayoritariamente a un público menor de dieciocho años.
- ▶ Los medios de transporte público.
- ▶ Todos los lugares donde esté prohibida su venta y consumo.
- ▶ Otros centros y lugares similares a los mencionados que se determinan reglamentariamente.

También se prohíben, según el artículo 22:

- ▶ Las actividades de promoción de bebidas alcohólicas y tabaco en ferias, certámenes, exposiciones y actividades similares cuando tengan lugar dentro de otras manifestaciones públicas, salvo que se sitúen en espacios diferenciados.
- ▶ El ofrecimiento ni la degustación gratuita a menores de dieciocho años en estas actividades, ni su acceso no acompañados de personas mayores de edad.
- ▶ La promoción de bebidas alcohólicas mediante la distribución de información por buzones, correo, teléfono y en general, mediante cualquier mensaje que se envíe a un domicilio, salvo que éste vaya dirigido nominalmente a mayores de dieciocho años.

En las visitas a los centros de producción, elaboración y distribución de bebidas alcohólicas, no podrán ofrecerse los productos a los menores de edad.

Por lo que se refiere a la venta o suministro de bebidas alcohólicas, se prohíbe de acuerdo con el artículo 23:

- ▶ Para los menores de 18 años en el territorio de la Comunidad Autónoma.
- ▶ A través de establecimientos de cualquier clase, a excepción de los establecimientos autorizados para su consumo y de las tiendas de conveniencia, entre las veintidós horas y las ocho horas del día siguiente.
- ▶ A través de máquinas automáticas salvo en establecimientos cerrados, haciéndose constar en su superficie frontal la prohibición que tienen los menores de consumir bebidas alcohólicas y a la vista de una persona encargada de que se cumpla la citada prohibición.
- ▶ En los establecimientos de autoservicio la venta de bebidas alcohólicas se realizará en una sección concreta, con letreros anunciadores de la prohibición de su venta a menores.
- ▶ Los centros y dependencias de la Administración de la Comunidad de Cantabria, salvo en los lugares expresamente habilitados al efecto.

- ▶ Los centros sanitarios, sociosanitarios y sociales, salvo en las dependencias habilitadas al efecto.
- ▶ Los centros educativos de Enseñanza Primaria, Secundaria, Formación Profesional y especial, así como sus dependencias.
- ▶ Los centros destinados a la enseñanza deportiva.
- ▶ Los centros de asistencia a menores.
- ▶ Los establecimientos dedicados al despacho de pan y leche.
- ▶ La vía pública, salvo terrazas, veladores, o en días de fiestas patronales regulados por la correspondiente ordenanza municipal.

Queda para las Corporaciones Locales la regulación de la localización, distancia y características que deberán reunir los establecimientos de suministro y venta de este tipo de bebidas, así como la venta y consumo de las mismas, en la vía pública, restringiéndola al máximo. En el caso de localidades de población superior a 20.000 habitantes en tanto no cuenten con ordenanza reguladora a este respecto, la distancia mínima entre las puertas de acceso de los establecimientos será de 25 metros.

CASTILLA-LA MANCHA

En esta Comunidad Autónoma no se prohíbe el consumo en la vía pública, ni, por tanto, su publicidad.

La **Ley 15/2002, de 11 de julio, sobre Drogodependencias y otros Trastornos Adictivos**, no regula el alcohol pero la **Ley 2/1995, de 2 de marzo, contra la venta y publicidad de bebidas alcohólicas a menores** señala en su artículo 6 la prohibición de la publicidad de bebidas alcohólicas en los lugares en los que está prohibida su venta (artículo 6).

Asimismo (artículo 7) quedan prohibida la publicidad directa o indirecta, incluyendo la de objetos que por su denominación, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa pueda suponer una publicidad encubierta de bebidas alcohólicas:

- ▶ En las publicaciones juveniles editadas en Castilla-La Mancha.
- ▶ En los programas de radio y televisión emitidos desde centros ubicados en su territorio, cuando éstos tengan como destinatarios preferentes o exclusivos a menores de dieciocho años, así como la difusión entre menores, directamente o por correo, de propaganda de bebidas alcohólicas.
- ▶ En las instalaciones deportivas o culturales en las que se estén desarrollando actividades dirigidas, preferente o exclusivamente, a menores de dieciocho años.

No podrá realizarse el patrocinio o financiación de actividades deportivas o culturales, dirigidas exclusivamente a menores de dieciocho años, por parte de las personas físicas o jurídicas cuya actividad principal o conocida sea la fabricación, promoción o distribución de bebidas alcohólicas, si ello lleva aparejado la publicidad de dicho patrocinio, o la difusión de marcas, símbolos, o imágenes relacionados con las bebidas alcohólicas.

Con el fin de evitar incumplimientos involuntarios en materia de publicidad, las agencias y medios de publicidad o difusión podrán solicitar autorización administrativa previa, de acuerdo con lo previsto en el artículo 8 de la Ley General de Publicidad.

En cuanto a la venta y dispensación de bebidas alcohólicas (artículos 1 y 2), quedan prohibidas para menores de dieciocho años, sin que puedan levantarse temporal o definitivamente por la decisión o permisos otorgados por los padres, tutores o guardadores de los menores. Y también:

- ▶ A través de máquinas automáticas que expendan incontroladamente bebidas alcohólicas.
- ▶ En centros de educación infantil, primaria y secundaria.
- ▶ En otros locales y centros destinados a menores de dieciocho años.

En todos los establecimientos en los que se vendan bebidas alcohólicas deberán colocarse de forma visible para el público carteles que adviertan que está prohibida su venta a menores de edad (artículo 4).

CASTILLA Y LEÓN

En esta Comunidad se limita, pero no se prohíbe, la publicidad de bebidas alcohólicas en la vía pública (La Ley 3/1994 sí prohibía expresamente la publicidad en la vía pública pero la modificación del 2007 ha eliminado esa prohibición); no obstante, en la medida en la que se prohíbe la venta y consumo en la vía pública, le sería de aplicación la prohibición recogida en la normativa estatal.

La **Ley 3/1994, de 29 de marzo, de prevención, asistencia e integración social de drogodependientes de Castilla y León** modificada por la **Ley 3/2007, de 7 de marzo**, prohíbe ésta según sus artículos 20 y 21:

- ▶ Dirigida a menores de 18 años también se prohíbe la utilización de la imagen y la voz de menores de 18 años en la confección de la publicidad.
- ▶ En los programas, páginas o secciones dirigidas preferentemente al público infantil y juvenil en los medios de comunicación social editados en la Comunidad Autónoma, se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas.

- ▶ Los centros y dependencias de las Administraciones públicas y otros entes públicos.
- ▶ Los centros sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales.
- ▶ Los centros docentes y formativos, independientemente de la edad del alumnado y del tipo de enseñanza.
- ▶ Los centros destinados mayoritariamente a un público menor de 18 años.
- ▶ Las instalaciones y recintos deportivos, cuando se celebren en ellos competiciones o acontecimientos deportivos, o actividades destinadas fundamentalmente a menores de 18 años.
- ▶ Los espectáculos cinematográficos recomendados para todos los públicos o para menores de 18 años.
- ▶ Los espectáculos teatrales, musicales, culturales y de otro tipo dirigidos fundamentalmente a menores de 18 años.
- ▶ El interior y exterior de los medios de transporte público, incluidas las estaciones de autobuses urbanos e interurbanos y sus paradas intermedias, las estaciones de ferrocarril y los aeropuertos, excepto sus zonas internacionales.
- ▶ Las vías, zonas y espacios públicos que se encuentren a una distancia lineal inferior a cien metros de la entrada de los centros educativos a los que acudan menores de edad, o en lugares que sean ostensiblemente visibles desde los mismos.

Cuando está permitida, la publicidad no puede:

- ▶ Utilizar mensajes, conceptos, lenguaje, escenas, imágenes, dibujos, iconos o personajes de ficción o de relevancia pública vinculados directa y específicamente a los menores de edad.
- ▶ Incitar a un consumo de estos productos de carácter abusivo
- ▶ Asociar dicho consumo a una mejora del rendimiento físico o psíquico; al éxito social o sexual; a efectos terapéuticos, sedantes o estimulantes; a contribuir a superar la timidez o a resolver conflictos; a la realización de actividades educativas, sanitarias y deportivas; a la conducción de vehículos y al manejo de armas y, en general, a actividades que impliquen riesgo para los consumidores o responsabilidades sobre terceros.
- ▶ Ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad.

La Administración de la Comunidad de Castilla y León realizará cuantas actuaciones sean necesarias para formalizar acuerdos con empresas fabricantes y distribuidoras de bebidas alcohólicas y productos del tabaco, destinados al autocontrol y a la autolimitación de la publicidad y a prevenir el consumo y el abuso de estos productos, especialmente entre los

menores de edad. Y no utilizará como soportes informativos o publicitarios objetos relacionados con el consumo de tabaco y bebidas alcohólicas.

En cuanto a las prohibiciones al suministro y venta y consumo, de acuerdo con los artículos 23, 23 bis y 23 ter no se permite:

- ▶ Ninguna forma de venta, entrega, ofrecimiento, suministro o dispensación, gratuita o no, de bebidas alcohólicas a los menores de 18 años. En caso de duda, el vendedor o suministrador deberá solicitar al consumidor la acreditación de la edad mediante documento de valor oficial.
- ▶ La venta o entrega a dichos menores de cualquier otro producto que imite las bebidas alcohólicas e induzca a su consumo, en particular, bebidas, dulces, refrigerios, juguetes y otros objetos que tengan formas semejantes a sus presentaciones y puedan resultar atractivos para ellos.
- ▶ En los centros de trabajo, públicos y privados, salvo en los lugares expresamente habilitados al efecto.
- ▶ En los centros sanitarios y los centros docentes salvo lo previsto en el apartado 5 a) de este mismo artículo.
- ▶ En los centros sociosanitarios y de servicios sociales, salvo en los lugares expresamente habilitados al efecto.
- ▶ En los centros de asistencia a menores.
- ▶ En los centros de esparcimiento y ocio destinados a menores de 18 años.
- ▶ En los espacios recreativos, como parques temáticos u otros lugares de entretenimiento y de divulgación de conocimientos, salvo los expresamente habilitados al efecto.
- ▶ En las instalaciones y recintos deportivos, salvo los lugares expresamente habilitados al efecto, en los que se podrán vender y consumir bebidas alcohólicas cuando no se celebren competiciones, acontecimientos deportivos, o actividades dirigidas fundamentalmente a menores de 18 años.
- ▶ En las gasolineras y estaciones de servicio.
- ▶ En las áreas de servicio y descanso de las autopistas y autovías, salvo lo dispuesto en el apartado 5 b) de este mismo artículo.
- ▶ En vías, espacios y zonas públicas, sin perjuicio de las autorizaciones extraordinarias que la administración autonómica y las administraciones locales puedan establecer para determinados lugares como terrazas y veladores; manifestaciones populares, ferias y fiestas.

Asimismo, se prohíbe la venta de bebidas alcohólicas que superen los 18 grados (pero se permite el resto):

- ▶ En los centros docentes donde exclusivamente se imparta educación superior, en los lugares expresamente habilitados al efecto.
- ▶ En los establecimientos comerciales, de hostelería y restauración existentes en las gasolineras, estaciones de servicio y áreas de servicio y descanso de autopistas y autovías.
- ▶ En Los espacios expresamente habilitados para la venta y consumo de bebidas alcohólicas, salvo las actividades estrictamente profesionales realizadas en las propias instalaciones del sector de la industria de las bebidas alcohólicas.

En todos los establecimientos comerciales se adoptarán medidas especiales de control para evitar la venta de bebidas alcohólicas a los menores de 18 años. En los establecimientos de autoservicio, la exposición de bebidas alcohólicas se realizará en una sección concreta con carteles informativos de la prohibición de su venta a los menores de 18 años.

En todos los establecimientos públicos donde se vendan, dispensen o consuman bebidas alcohólicas, deberá exhibirse y tener fijado un cartel claramente visible, tanto en los accesos a los mismos como en su interior, en el que se advierta sobre la prohibición de vender bebidas alcohólicas a los menores de 18 años y sobre los perjuicios para la salud derivados del abuso de éstas. Las características de estos carteles se determinarán reglamentariamente.

Asimismo, la venta, dispensación y consumo de bebidas alcohólicas, allí donde se permite, está sometida a las siguientes limitaciones:

- ▶ Sólo podrá realizarse en el recinto cerrado de los establecimientos, no en el exterior de los mismos salvo en terrazas o veladores y en las circunstancias excepcionales que establezcan las correspondientes ordenanzas municipales.
- ▶ Deberán someterse a lo regulado en materia de ruido y prevención ambiental.
- ▶ Los establecimientos comerciales minoristas no destinados al consumo inmediato de bebidas alcohólicas no podrán venderlas o suministrarlas, con independencia de su régimen horario, desde las 22 horas hasta las 7 horas del día siguiente. A esta restricción estarán sometidas también la venta ambulante, la venta a distancia y la venta domiciliaria.

Como hemos indicado, se reconoce a las Corporaciones Locales la potestad de establecer los criterios que regulen la localización, distancia y características que deberán reunir los establecimientos de suministro y venta de este tipo de bebidas, así como su venta y consumo en la vía pública. En las localidades de población superior a 1.000 habitantes, en

tanto no cuenten con ordenanza reguladora al respecto, la distancia mínima entre las puertas de acceso de los establecimientos será de 25 metros.

CATALUÑA

En Cataluña el consumo en la vía pública queda a la regulación de ámbito municipal. En todo caso, sí se prohíbe la publicidad en la vía pública de productos que superen los 23 grados, habiendo desaparecido la excepción para los mensajes de patrocinio. Las limitaciones para el argumentario publicitario sólo parecen referirse a bebidas de menos de 20 grados y en determinados soportes, por lo que parece que para el resto no está regulada.

La **Ley 20/1985, de 25 de julio, de prevención y asistencia en materia de sustancias que pueden generar dependencia**, modificada por la Ley 10/1991, de 10 de mayo, señala en su artículo 15 que:

- ▶ La promoción pública de bebidas alcohólicas, mediante ferias, exposiciones, muestras y actividades similares, será realizada en espacios diferenciados cuando tenga lugar dentro de otras manifestaciones públicas.
- ▶ En estas actividades de promoción no estarán permitidos ni el ofrecimiento ni la degustación gratuitos de bebidas alcohólicas.
- ▶ Tampoco se permitirá el acceso a menores de edad no acompañados de personas mayores de edad.
- ▶ Se prohíbe la promoción de bebidas alcohólicas en establecimientos, locales y otros espacios autorizados para su suministro y consumo realizada mediante ofertas que se anuncian con nombres como "barra libre", "2 x 1", "3 x 1", o similares, que inciten al consumo abusivo o ilimitado.
- ▶ Se prohíbe la publicidad de las actividades promocionales hecha por cualquier medio.

De acuerdo con el artículo 19 se prohíben todas las formas de publicidad de bebidas alcohólicas de más de 20 grados centesimales en los medios de comunicación dependientes de la Generalidad y en los dependientes de la Administración Local de Catalunya. Dicha prohibición no incluye la publicidad indirecta que pueda derivarse de programas no específicamente publicitarios, como las retransmisiones deportivas, por razón del patrocinio o de la publicidad estática, siempre y cuando no induzca directamente al consumo. Y se prohíbe, en los susodichos términos, la publicidad de bebidas alcohólicas en publicaciones principalmente dirigidas a menores de edad.

En cuanto a la publicidad de bebidas alcohólicas de menos de 20 grados en los medios de comunicación dependientes de la Administración de la Generalidad y de la Administración Local, respetará los siguientes criterios:

- ▶ No podrá dirigirse específicamente a los menores de edad o a las gestantes ni, en particular, presentar a menores de edad o a gestantes consumiendo dichas bebidas.
- ▶ No debe asociarse el consumo de estas bebidas a una mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos.
- ▶ No debe sugerirse que el consumo de estas bebidas contribuye al éxito social o sexual.
- ▶ No debe sugerirse que estas bebidas comportan propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante o constituyen un medio para la resolución de conflictos.
- ▶ No debe estimularse el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o la sobriedad.
- ▶ No debe subrayarse como cualidad positiva de las bebidas su contenido alcohólico.

También se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas de más de 23 grados centesimales en:

- ▶ Las playas, campings, balnearios, Centros recreativos, Centros de ocio y esparcimiento para menores, las piscinas, parques acuáticos, de atracciones, temáticos y zoológicos.
- ▶ Las calles, plazas, parques, carreteras y demás vías públicas, en vallas, plafones, señales y otros soportes de publicidad exterior, excepto las señales indicativas propias de Centros de producción y venta.
- ▶ Los cines, teatros y auditorios.
- ▶ Los centros y estadios deportivos, excepción hecha de la publicidad estática y la del patrocinador.
- ▶ Los medios de transporte públicos.
- ▶ Todos los lugares donde esté prohibida su venta o su consumo.
- ▶ Los lugares similares a los mencionados que se determinen reglamentariamente.

Por lo que se refiere a la venta, distribución y consumo de bebidas alcohólicas, el artículo 17 prohíbe vender o suministrar bebidas alcohólicas a los menores de dieciocho años en establecimientos o en otros lugares públicos. En los establecimientos de venta y de consumo de bebidas alcohólicas ha de haber una señalización en un lugar perfectamente visible que haga patente la prohibición de vender o suministrar bebidas alcohólicas a los menores de dieciocho años, y que debe concretarse reglamentariamente.

Según el artículo 18, no se pueden vender ni consumir bebidas alcohólicas de cualquier graduación en:

- ▶ Los centros educativos, tanto públicos como privados, no incluidos en la letra b) del apartado 1, tanto los dedicados a enseñanza reglada como los dedicados a otras enseñanzas.
- ▶ Los locales y los centros para niños y jóvenes, incluidos los de atención social.
- ▶ Los locales de trabajo de las empresas de transporte público.
- ▶ Las áreas de servicio y de descanso de las autopistas y las gasolineras de las 24 horas a las 8 horas del día siguiente.
- ▶ Los establecimientos abiertos al público, incluso los que gozan de excepcionalidad horaria, salvo los que ya tienen limitación horaria específica fijada reglamentariamente, de las 23 horas a las 8 horas del día siguiente, cuando lo establezcan las ordenanzas municipales por razones de seguridad pública.
- ▶ La vía pública y el resto de lugares de concurrencia pública, cuando lo establezcan las ordenanzas municipales por razones de seguridad pública, excepto los lugares donde esté debidamente autorizado.
- ▶ La expedición de bebidas alcohólicas mediante máquinas automáticas, salvo en lugares cerrados; permitiendo por su situación el control de las mismas por las personas responsables del establecimiento o sus representantes, y haciendo constar en ellas la prohibición de consumir bebidas alcohólicas por menores de edad.
- ▶ El consumo de bebidas alcohólicas de las 23 horas a las 8 horas del día siguiente en los establecimientos de venta de productos de alimentación no destinados al consumo inmediato.

Se permite la venta y el consumo, siempre que las bebidas no superen los veinte grados centesimales en:

- ▶ Los centros, los servicios y los establecimientos de protección de la salud y de atención sanitaria y sociosanitaria.
- ▶ Las universidades y otros centros de enseñanza superior.
- ▶ Los centros deportivos dependientes de las administraciones públicas.
- ▶ Las áreas de servicio y de descanso de las autopistas.

COMUNIDAD VALENCIANA

Esta norma regula la publicidad de bebidas alcohólicas de forma un tanto confusa: por un lado, prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas de más de 20 grados en los lugares en los que esté prohibida su venta, dispensación y consumo. Por otro, prohíbe la venta suministro y consumo de bebidas alcohólicas en la vía pública, por lo que tal publicidad estaría

prohibida. Finalmente, limita la publicidad en la vía pública (se supone que para las bebidas de 20 grados o menos) según su ubicación.

La **Ley 10/2014, de 29 de diciembre, de Salud de la Comunitat Valenciana**⁷, prohíbe en sus artículos 66 y 67 la publicidad, directa, indirecta o encubierta y la promoción de bebidas alcohólicas:

- ▶ Dirigida a menores de 18 años.
- ▶ Que pueda incitar, de manera directa, indirecta o encubierta, al consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad. Esta prohibición se extiende a la publicidad de objetos o productos que por su denominación, grafismo, modo o lugar de presentación o cualquier otra causa pueda suponer una publicidad encubierta de bebidas alcohólicas.
- ▶ En las instalaciones y centros de formación y educación, sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales.
- ▶ En los centros y dependencias de las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana.
- ▶ En los medios de transporte público.
- ▶ En la vía pública, cuando haya una distancia lineal inferior a 200 metros entre el anuncio publicitario y alguno de los centros educativos, sanitarios y laborales en los que está prohibida su venta, distribución y consumo. Quedan excluidas de esta prohibición las señales indicativas propias de los puntos de producción y venta legalmente autorizados que, no obstante, estarán sometidos a las prohibiciones y limitaciones que se establezcan reglamentariamente.

En los lugares en los que esté prohibida su venta, dispensación y consumo, no podrán publicitarse bebidas alcohólicas de más de 20 grados.

En el caso de la publicidad permitida, de acuerdo con el artículo 66 deberá respetar las siguientes limitaciones:

- ▶ Incluir, de forma claramente visible, mensajes que adviertan sobre los peligros para la salud y para el bienestar social que puede producir el uso o abuso de su consumo de acuerdo con lo dispuesto en la normativa que específicamente trate la materia.
- ▶ No incitar a un consumo abusivo ni asociar el consumo a una mejora de rendimiento físico o psíquico; al éxito social o sexual; a efectos terapéuticos, sedantes o estimulantes; a contribuir a superar la timidez o a resolver conflictos, o a la realización

⁷ El Decreto Legislativo 1/2003, de 1 de abril, del Consell de la Generalitat, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley sobre drogodependencias y otros trastornos adictivos está derogado.

de actividades que impliquen riesgo para los consumidores o responsabilidades sobre terceros.

- ▶ No ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad.
- ▶ No utilizar argumentos dirigidos a menores de edad, o mensajes, conceptos, lenguaje, escenas, imágenes, dibujos, iconos o personajes de ficción o de relevancia pública vinculados directa y específicamente a los menores de edad, que inciten al consumo.
- ▶ No utilizar la imagen y la voz de menores de edad para publicitar bebidas alcohólicas.
- ▶ En los medios de comunicación no se usarán imágenes o contenidos que les pueda influir negativamente en sus hábitos de vida o predisponerlos a cualquier trastorno adictivo.

En cuanto a la promoción de bebidas alcohólicas, el artículo 68 contempla las siguientes limitaciones:

- ▶ Las actividades de promoción pública de bebidas alcohólicas en ferias, exposiciones, muestras y actividades similares, serán realizadas en espacios diferenciados cuando tengan lugar dentro de otras manifestaciones públicas. No estará permitido el acceso a menores de 18 años no acompañados de personas mayores de edad.
- ▶ Quedan prohibidos los actos que estimulen un consumo inmoderado de alcohol basándose en la competitividad en el consumo de estas sustancias.

Y por lo que respecta a la venta, suministro y consumo de bebidas alcohólicas, se prohíbe (artículo 69):

- ▶ En los centros de menores.
- ▶ En la vía pública, si bien las ordenanzas municipales podrán autorizar la venta, suministro y consumo de bebidas alcohólicas en determinados lugares o en determinados días de fiestas patronales o locales⁸.
- ▶ En todo tipo de establecimiento, desde las 22.00 horas a las 07.00 horas del día siguiente, excepto en aquellos en los que la venta de bebidas alcohólicas esté destinada a su consumo en el interior del local. Queda incluida en esta prohibición la venta celebrada en establecimiento comercial, por teléfono o por cualquier otro medio, seguida del reparto a domicilio de los productos comprados, cuando dicho reparto se realice dentro de la franja horaria indicada.

⁸ Cuando las entidades locales autoricen el consumo de bebidas alcohólicas en determinados espacios públicos al aire libre en los que esté prevista la concentración de personas, se deberán adoptar las medidas necesarias que garanticen el cumplimiento de la prohibición de venta, suministro y consumo de bebidas alcohólicas por los menores de edad y de las demás prohibiciones establecidas en esta ley. La entidad local que otorgue la autorización velará asimismo por la salud y seguridad de las personas que se encuentren reunidas y el derecho al descanso de los ciudadanos.

- ▶ En los centros de trabajo públicos, salvo en los lugares expresamente habilitados al efecto.
- ▶ En los centros sanitarios, de atención sociosanitaria y de servicios sociales, salvo en los lugares habilitados al efecto.
- ▶ En los centros docentes y de formación, salvo aquellos en los que se imparta educación superior o formación dirigida exclusivamente a mayores de edad.

Y se limita a bebidas alcohólicas que no superen los 20 grados:

- ▶ En los lugares expresamente habilitados al efecto en los centros de trabajo públicos, salvo.
- ▶ En los lugares habilitados al efecto en los centros sanitarios, de atención sociosanitaria y de servicios sociales.
- ▶ En los centros docentes y de formación en los que se imparta educación superior o formación dirigida exclusivamente a mayores de edad.
- ▶ En las áreas de servicio y de descanso de autopistas y autovías, gasolineras y estaciones de servicio.
- ▶ En los centros de trabajo.

EXTREMADURA

Se prohíbe expresamente en la vía pública la publicidad de bebidas alcohólicas de más de 23 grados. No obstante, sado que en esos espacios está prohibida *in extenso* la venta, suministro y consumo (con tasadas excepciones), cabría apelar a la normativa estatal para argumentar que también está prohibida la publicidad de bebidas de más de 20 grados.

La **Ley 4/1997, de 10 de abril, de medidas de prevención y control de la venta y publicidad de bebidas alcohólicas para menores de edad**, prohíbe en su artículo 6 todo tipo de publicidad, directa o indirecta incluyendo la publicidad de objetos o productos que por su denominación, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa puedan suponer una publicidad encubierta de bebidas alcohólicas, pero también “cualquier actividad no publicitaria”, dirigida a menores de dieciocho años que incite o induzca, directa o indirectamente, al consumo de bebidas alcohólicas.

Se prohíbe también esa publicidad:

- ▶ En cines.
- ▶ En el interior de los transportes públicos y en las actuaciones.
- ▶ En centros sanitarios.

- ▶ En centros docentes e instalaciones deportivas y sus accesos.
- ▶ En centros donde esté prohibida su venta y consumo.

Por otra parte, se establecen una serie de limitaciones:

- ▶ En los medios de comunicación en los que haya participación de la Administración autonómica o local en la franja horaria de ocho a veintidós.
- ▶ En instalaciones deportivas, culturales o de ocio en las que se desarrollen actividades dirigidas a menores de dieciocho años.
- ▶ En centros y espectáculos destinados a menores de edad.
- ▶ En publicaciones periódicas o editadas en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Extremadura, así como programas de radio y televisión, emitidos desde centros ubicados, dentro de dicho ámbito, cuando sus destinatarios sean menores de dieciocho años y público juvenil, así como la difusión entre los mismos, directamente o por correo, de propaganda de bebidas alcohólicas.
- ▶ En en calles, plazas, parques, carreteras y demás vías públicas, en vallas, señales y demás soportes de publicidad exterior, excepto las señales indicativas propias de los centros de producción y venta, en el caso de bebidas alcohólicas de más de 23 grados.

La promoción de bebidas alcohólicas, a través de ferias o actividades similares, deberá realizarse condicionada a la no permisividad de acceso a menores de dieciocho años. Cuando esta promoción tenga lugar en el recinto de ferias o exposiciones dedicadas con carácter general a otro tipo de promociones, se realizará en espacios diferenciados, a los que no se permitirá el paso a menores de dieciocho años, y en cuya entrada deberá colocarse, de forma claramente visible, un cartel o anuncio que advierta de tal prohibición.

No podrá realizarse el patrocinio o financiación de actividades deportivas o culturales, dirigidas preferente o exclusivamente a menores de dieciocho años, por parte de personas físicas o jurídicas cuya actividad principal o conocida sea la fabricación, promoción o distribución de bebidas alcohólicas, si ello lleva aparejado la publicidad de dicho patrocinio, o la difusión de marcas, símbolos o imágenes relacionadas con las bebidas alcohólicas.

Aquella publicidad que sí está permitida deberá respetar las siguientes limitaciones:

- ▶ No se permite la participación de menores en anuncios de bebidas alcohólicas. En la confección de la publicidad no podrán utilizarse argumentos dirigidos a los menores de edad.
- ▶ Los mensajes publicitarios no podrán basarse en la eficacia social del consumo de alcohol o su carácter de reto estimulante, sedante o placentero.

- ▶ No se podrá asociar su consumo a prácticas sociales, educativas, sanitarias o deportivas.
- ▶ No estará permitido que los mensajes publicitarios de las bebidas alcohólicas se asocien a la mejora del rendimiento físico o psíquico, a los efectos terapéuticos, a la conducción de vehículos o al manejo de armas.
- ▶ Queda prohibido dar una imagen negativa de la abstinencia o la sobriedad.

En materia de venta, suministro y consumo de bebidas alcohólicas, la **Ley 2/2003, 13 marzo, de la convivencia y el ocio de Extremadura** establece en sus artículos 8 y 9 la prohibición para los menores de dieciocho años y también:

- ▶ En los centros docentes no universitarios.
- ▶ En los centros de menores.
- ▶ En cualesquiera otros destinados a su uso por los menores de dieciocho años.

Asimismo se prohíbe, salvo en los espacios específicamente destinados para ello (artículo 12):

- ▶ En los centros y dependencias de la Administración Autonómica y de las Entidades Locales.
- ▶ En los centros sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales.
- ▶ En los centros de trabajo, durante la jornada laboral.
- ▶ En los centros de educación superior y universitaria.
- ▶ En los recintos deportivos.
- ▶ En espacios recreativos, como parques temáticos u otros de entretenimiento y de divulgación de conocimientos.
- ▶ En estaciones de servicio, gasolineras y áreas de servicio que se encuentren fuera de los cascos urbanos. Las que estén situadas dentro de cascos urbanos se someterán al régimen que para todos los establecimientos comerciales establece el artículo siguiente.

Según el artículo 10, no se permitirá el acceso de menores de dieciocho años a bares especiales, salas de fiesta, de baile, discotecas y establecimientos similares en los que se venda o facilite el consumo de bebidas alcohólicas. No obstante, se admitirá la entrada de los mayores de 14 años en dichos establecimientos cuando se trate de sesiones específicamente destinadas a ese colectivo de edad, y con el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- ▶ Deberán haberse retirado las bebidas alcohólicas y su publicidad.
- ▶ No existirá continuidad temporal con otras sesiones en las que esté autorizada la venta, suministro, dispensación o consumo de bebidas alcohólicas.
- ▶ No podrán tenerse conectadas, si las hubiera, las máquinas de juego a que se refiere el artículo 12 de la Ley 6/1998, de 18 de junio, del Juego de Extremadura, ni las expendedoras de bebidas alcohólicas.
- ▶ El horario de finalización de la actividad no podrá superar las 23,30 horas.
- ▶ No podrán desarrollarse espectáculos, ni instalarse elementos decorativos o emitirse propaganda que pongan en riesgo la integridad física, psíquica o moral de los menores.

El artículo 11 señala que en los establecimientos de venta, dispensación y consumo de bebidas alcohólicas, así como en cualquier actividad en que éstas tengan lugar, se colocará en lugar visible, de forma clara y con carácter permanente, un cartel expresivo de las medidas referidas en los artículos 8, 9 y 10. Reglamentariamente se establecerán las características y condiciones del referido cartel.

Por su parte, el artículo 13 establece que la venta o dispensación de bebidas alcohólicas sólo podrá realizarse en establecimientos autorizados al efecto, no permitiéndose aquéllas en el exterior del establecimiento ni su consumo fuera del mismo, salvo en terrazas o veladores; conforme a lo regulado por la correspondiente ordenanza municipal. Los establecimientos comerciales no destinados al consumo inmediato de bebidas alcohólicas requerirán una licencia específica para la venta o dispensación de estas bebidas, que será otorgada por el respectivo Ayuntamiento, teniendo en cuenta, entre otros, los siguientes criterios:

- ▶ Acumulación de establecimientos de similar naturaleza.
- ▶ Previsión razonable de favorecimiento del consumo abusivo de bebidas alcohólicas.
- ▶ La acumulación reiterada de personas en su exterior con consumo de bebidas alcohólicas o la emisión desordenada de ruidos.

En todo caso, los establecimientos comerciales no destinados al consumo inmediato de bebidas alcohólicas, que estén autorizados para su venta o dispensación, no podrán dispensarlas o venderlas, con independencia de su régimen horario, desde las 22 horas hasta las 7 horas del día siguiente. A estas previsiones horarias estarán sometidas también la venta ambulante, la venta a distancia y la venta domiciliaria. Además, deberán situar las bebidas alcohólicas, si ofertaren otros productos, en un lugar específico donde sean fácilmente distinguibles.

A mayor abundamiento, el artículo 15 señala expresamente que no se permitirá el consumo de bebidas alcohólicas en las vías y zonas públicas, salvo en aquellos espacios dedicados al ocio autorizados expresamente por cada Ayuntamiento, siempre que se garantice por estos

el cumplimiento de todas las previsiones de esta Ley, y, muy en particular, la prohibición establecida en el artículo 9 y el derecho al descanso y a la convivencia ciudadana. Ello se entiende sin perjuicio del régimen de autorizaciones de carácter extraordinario al que están sujetas determinadas actividades así como del que gozan manifestaciones populares debidamente autorizadas, como las ferias y fiestas patronales o locales.

En cuanto a la venta o disposición bebidas alcohólicas a través de máquinas automáticas (artículo 14) sólo estará permitida cuando dichas máquinas estén situadas en el interior de establecimientos que reúnan los requisitos previstos en el artículo anterior, y siempre que se encuentren bajo control de los responsables de dichos establecimientos.

GALICIA

Aunque la normativa es muy prolija, no se prohíbe la venta y consumo en la vía pública y, por tanto, su publicidad

La **Ley 2/1996, de 8 de mayo, sobre Drogas de la Comunidad Autónoma de Galicia**, limita en su artículo 12 toda forma de publicidad de bebidas alcohólicas:

- ▶ Por los centros emisores de radio y televisión ubicados en Galicia, entre las ocho y las veintidós horas.
- ▶ En los periódicos, revistas y demás publicaciones que se editen en la Comunidad Autónoma en primera página, en las destinadas a deportes y pasatiempos y en aquellas secciones que, por su contenido, estén orientadas preferentemente a menores de dieciocho años.
- ▶ A través de promociones en el marco de ferias, exposiciones, muestras o similares salvo en espacios diferenciados o separados, no permitiéndose el acceso a menores de dieciocho años no acompañados de personas mayores de edad. En todo caso, se prohibirá la promoción de bebidas alcohólicas a través de concursos o actividades de consumo incontrolado.

La Administración autonómica promoverá la formalización de acuerdos de autocontrol y autolimitación de la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco con empresas fabricantes y distribuidoras de dichas bebidas, así como con anunciantes agencias, empresas y medios de publicidad, a fin de restringir, para todo lo que la presente Ley no reglamente, la actividad publicitaria de las sustancias referidas.

La venta o suministro bebidas alcohólicas se prohíbe según el artículo 13 a menores de dieciséis años, y en el caso de bebidas alcohólicas de más de 18 grados centesimales, a los menores de dieciocho años. Asimismo, queda prohibida la venta o suministro de alcohol a los profesionales de diversos sectores como conductores de medios de transporte público o

personal sanitario que, estando de servicio o en disposición de prestarlo, si realizasen su actividad bajo la influencia de bebidas alcohólicas pudieran causar daños contra la vida e integridad física de las personas.

Tampoco se podrá vender o suministrar bebidas alcohólicas en:

- ▶ Locales y centros preferentemente destinados a menores de dieciocho años.
- ▶ Centros culturales.
- ▶ Centros educativos que imparten educación primaria y educación secundaria u otras enseñanzas de nivel equivalente.
- ▶ Instalaciones deportivas.
- ▶ Centros sanitarios.

Y en el caso de bebidas con una graduación alcohólica de más de 18 grados en:

- ▶ Centros de educación superior y universitaria.
- ▶ Dependencias de las Administraciones públicas de Galicia.
- ▶ Áreas de servicio y descanso de las autopistas, autovías, vías rápidas y similares.

La venta o suministro de alcohol y tabaco por medio de máquinas automáticas sólo podrá realizarse en lugares cerrados, debiendo constar en la superficie frontal de la máquina, en donde no pueda retirarse, la prohibición de su uso por menores de dieciocho años.

La señalización formal o externa de las prohibiciones que se establezcan en esta Ley se regulará por norma reglamentaria (artículo 15).

Por su parte, la **Ley 11/2010, de 17 de diciembre, de prevención del consumo de bebidas alcohólicas en menores de edad**, confirma algunos de estos extremos (artículos 12 a 16):

- ▶ Queda prohibida cualquier campaña, sea como actividad publicitaria o no, dirigida a menores de edad y la que induzca, directa o indirectamente, al consumo de bebidas alcohólicas por los mismos.
- ▶ Queda prohibida la utilización de imágenes o voces de menores de edad en los soportes publicitarios, de promoción y de patrocinio de bebidas alcohólicas.
- ▶ Queda prohibido el uso de argumentos, estilos, tipografías o diseños asociados a los menores de edad en los soportes publicitarios, de promoción y de patrocinio de bebidas alcohólicas.
- ▶ Queda prohibida en la publicidad, promoción y patrocinio la asociación del consumo de bebidas alcohólicas con cualquier mejora del rendimiento físico o psíquico o

mejoras del rendimiento deportivo, con la conducción de vehículos o manejo de armas, con el potencial éxito personal o social o con la mejora en la resolución de conflictos. Tampoco podrá asociarse este consumo a prácticas educativas y sanitarias o a la mejora del rendimiento deportivo.

- ▶ Queda prohibida toda clase de publicidad directa, indirecta o subliminal de bebidas alcohólicas en los centros docentes para menores de edad; en los centros destinados para menores de edad; en todos aquellos centros a los que tengan acceso mayoritariamente los menores de edad; en los recintos o locales destinados a espectáculos públicos y actividades recreativas durante las actividades en las que el acceso o participación sea mayoritariamente de menores de edad; en las publicaciones de libros, revistas, folletos o cualquier otro impreso o formato digital editados en Galicia cuando sean dirigidos a menores de edad; en las cubiertas exteriores, portada y contraportada de libros, revistas, folletos o cualquier otro impreso o formato digital editados en Galicia, portadas y contraportadas, secciones de pasatiempos de revistas, folletos o cualquier otro impreso o formato digital editados en Galicia, salvo las publicaciones especializadas o dirigidas a profesionales.
- ▶ En las actividades de promoción y/o patrocinio no podrán ofrecerse bebidas alcohólicas a menores de edad. Se prohíbe igualmente la entrega a menores de edad de bienes o servicios relacionados exclusivamente con bebidas alcohólicas o hábitos de su consumo, y aquellos que lleven marcas, símbolos o distintivos que puedan identificar una bebida alcohólica.
- ▶ No está permitida la promoción de bebidas alcohólicas mediante la distribución de información por buzoneo, correo, teléfono o correo electrónico en el ámbito de la Comunidad Autónoma dirigida específicamente a menores de edad.
- ▶ Queda prohibido el acceso y las visitas de menores de edad a los centros de producción de bebidas alcohólicas, ferias, certámenes, exposiciones, muestras y actividades similares, de promoción de bebidas alcohólicas, salvo que estén acompañados de mayores con responsabilidad sobre los mismos.
- ▶ No podrá realizarse promoción de bebidas alcohólicas dirigidas específicamente a menores de edad.
- ▶ Queda prohibido cualquier tipo de patrocinio o financiación de programas, espacios, páginas o servicios con los distintivos de bebidas alcohólicas en actividades - deportivas, educativas, recreativas o espectáculos públicos- dirigidas o en las cuales participen mayoritariamente menores de edad.
- ▶ Queda prohibido cualquier tipo de promoción que pueda inducir al consumo abusivo de bebidas alcohólicas, especialmente las que puedan inducir al mismo por rebaja de sus precios en el interior de los establecimientos donde esté autorizada su venta para el consumo en el propio local.

En cuanto a la venta, suministro y consumo, queda prohibida:

- ▶ La venta de alcohol entre las 22.00 y las 9.00 horas del día siguiente, con excepción de la venta para el consumo en los propios establecimientos autorizados, la venta electrónica, la venta para la distribución a profesionales y la venta en los mercados de abastos, en sus horarios autorizados.
- ▶ La venta y suministro de bebidas alcohólicas a menores de edad, y su consumo por éstos.
- ▶ La venta, suministro o consumo de bebidas alcohólicas en los centros docentes para menores de edad, en los recintos y espacios destinados a la celebración y seguimiento de actividades deportivas, en el momento en el que los deportistas o practicantes sean mayoritariamente menores de edad, y en los centros destinados a menores de edad.
- ▶ La venta y suministro a menores de edad de cualquier producto que imite los envases de bebidas alcohólicas.

Las máquinas expendedoras de bebidas alcohólicas habrán de incorporar los mecanismos técnicos adecuados que permitan impedir el acceso a las mismas de las personas no autorizadas al consumo. Sólo podrán ubicarse en el interior de locales, centros o establecimientos en los cuales no esté prohibido su consumo, en un lugar que permita la vigilancia directa y permanente de su uso por parte del titular del local o de sus trabajadores. No podrán ubicarse en las áreas anexas o de acceso previo a los locales, como son las zonas de cortavientos, pórticos, pasillos de centros comerciales, vestíbulos, distribuidores, escaleras, soportales o lugares similares que puedan ser parte de un inmueble pero no constituyen propiamente el interior del mismo.

En todos los establecimientos en los cuales se vendan o suministren, de cualquier modo, bebidas alcohólicas, se informará de las prohibiciones especificadas. Dicha información se realizará mediante anuncios o carteles de carácter permanente, fijados de manera visible, en gallego y castellano. Los responsables de cualquier establecimiento de los contemplados en el apartado anterior adoptarán las medidas necesarias de control para evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, que habrán de conocer todos los trabajadores, preferentemente por escrito. En la superficie frontal de las máquinas figurará, de forma clara y visible, en gallego y castellano, una advertencia sobre la prohibición de su uso para los menores de edad. Las características de todas estas señalizaciones serán fijadas reglamentariamente.

Con carácter general, queda prohibida la entrada de los menores de edad en salas de fiestas, de baile o discotecas, salvo que estén acompañados de mayores de edad con responsabilidad sobre los mismos. Excepcionalmente, estos locales podrán disponer de sesiones especiales para mayores de 14 años, con horarios y señalización diferenciadas, sin que pueda tener continuidad ininterrumpida con aquellas sesiones en las que se produzca la venta de bebidas alcohólicas, retirándose de los locales, durante estas sesiones especiales, la exhibición y publicidad de este tipo de bebidas.

ISLAS BALEARES

La **Ley 4/2005 de 29 de abril, sobre drogodependencias y otras adicciones en las Illes Balears** no regula el alcohol, ni existe ningún a otra norma específica al respecto

LA RIOJA

Esta Comunidad Autónoma es una de las más proteccionistas para la salud y la protección de los menores. No sólo prohíbe expresamente e *in extenso* la publicidad exterior, sino que también se refiere a internet.

La **Ley 5/2001, de 17 de octubre, sobre drogodependencias y otras adicciones**, prohíbe expresamente en su artículo 32 la publicidad exterior de bebidas alcohólicas, entendiéndose por tal aquella publicidad susceptible de atraer, mediante la imagen o el sonido, la atención de las personas que permanezcan o discurran por ámbitos de utilización general o en lugares abiertos. Quedan exceptuadas de esta prohibición las señales indicativas propias de los puntos de producción y venta legalmente autorizados, que estarán sometidas, no obstante, a las limitaciones del artículo 30 de la presente Ley.

Además, se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en:

- ▶ Centros y espectáculos destinados a un público compuesto mayoritariamente por menores de dieciocho años.
- ▶ Instalaciones y centros deportivos, sanitarios, sociales y docentes, y sus accesos.
- ▶ Cines y salas de espectáculos.
- ▶ Medios de transporte público, así como en las salas de espera.
- ▶ Mediante su distribución por buzones, por correo, por teléfono y, en general, mediante mensajes que se envíen a un domicilio, salvo que éstos vayan dirigidos nominalmente a mayores de dieciocho años, o que dicha publicidad no sea cualitativa o cuantitativamente significativa en relación al conjunto del envío publicitario.

Según el artículo 33, los periódicos, revistas y demás publicaciones gráficas, cualquier medio de registro y reproducción gráfica o sonora así como la publicidad vertida a través de Internet, cuya edición se ubique en la Comunidad Autónoma de La Rioja, están sometidos a las siguientes limitaciones:

- ▶ En las publicaciones e informaciones vertidas en Internet, a través de páginas Web o cualquier otro medio que estén dirigidas a menores de dieciocho años, está prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco.

- ▶ En los demás casos, se prohíbe que la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco aparezca en portadas, páginas o secciones de deportes que contengan espacios dirigidos a menores de dieciocho años y en las páginas o secciones dedicadas a pasatiempos.
- ▶ Queda prohibida la emisión de publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco desde los centros de televisión y medios radiofónicos ubicados en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

También se refiere la normativa (artículo 34) a otras formas de publicidad, señalando la prohibición:

- ▶ De marcas, objetos o productos que por su denominación, vocabulario, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa puedan derivar indirectamente o encubiertamente en publicidad de bebidas alcohólicas.
- ▶ La emisión de programas de televisión desde los centros emisores de televisión ubicados en La Rioja y realizados en la Comunidad Autónoma en los que el presentador o la presentadora del programa o cualquier otro participante aparezcan junto a bebidas alcohólicas o menciones de sus marcas, nombres comerciales, logotipos y otros signos identificativos o asociados a tales productos.
- ▶ Con ocasión o mediante patrocinio de actividades deportivas, educativas, culturales, sanitarias o sociales, o a través de promociones tales como concursos, rifas y otras formas similares de inducción al consumo.

De estas prohibiciones queda excluida aquella publicidad que pudiera realizarse en programas no específicamente publicitarios resultantes de la conexión de los centros emisores ubicados en La Rioja con sus respectivas cadenas.

En cuanto a las limitaciones en la venta y suministro de bebidas alcohólicas (artículo 35), no se permite:

- ▶ La venta ni el suministro de bebidas alcohólicas a los menores de dieciocho años.
- ▶ La venta y el suministro de bebidas alcohólicas a través de máquinas automáticas que no se encuentren en establecimientos cerrados y a la vista de una persona encargada de que se cumplan las prohibiciones.
- ▶ La adición, sustracción o modificación de cualquier sustancia o elemento que dé como resultado la variación de la composición fraudulenta de bebidas alcohólicas.
- ▶ En los locales y centros que por las actividades y servicios que ofrecen estén preferentemente destinados a un público compuesto por menores de dieciocho años.
- ▶ En los centros de enseñanza.

- ▶ En las empresas y lugares de trabajo.
- ▶ En las dependencias de las Administraciones Públicas.
- ▶ En la vía pública, salvo terrazas, veladores y en general en puntos de venta debidamente autorizados.

En el caso de bebidas alcohólicas de más de dieciocho grados centesimales, se prohíbe su del suministro y venta en las estaciones de servicio de carburantes, áreas de servicio y establecimientos hosteleros de autovías y autopistas.

Todos los lugares aludidos en los párrafos precedentes recogerán la prohibición mediante la señalización en la forma que se determine reglamentariamente.

Asimismo, no se permitirá la venta de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años en supermercados, comercios y grandes superficies comerciales. Estos lugares tendrán obligación de señalizar según se determine reglamentariamente, en lugar visible al público, en las zonas de caja y en la sección delimitada de las bebidas alcohólicas, la prohibición referida.

Las Corporaciones Locales podrán establecer los criterios que regulen la localización, distancia y características que deberán reunir los establecimientos de suministro y venta de este tipo de bebidas.

MADRID

Esta Comunidad Autónoma modificó su normativa en 2011 para liberalizar la publicidad exterior de vino, sidra y cerveza de baja graduación; asimismo, se caracteriza por desatender o no informar de sus actuaciones para el cumplimiento de la legislación autonómica, a pesar de las reiteradas denuncias presentadas por AUC al respecto.

La **Ley 5/2002, de 27 de junio, sobre drogodependencias y otros trastornos adictivos**, modificada por la **Ley 6/2011, 28 diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas** prohíbe expresamente (artículos 27, 28 y 29) la publicidad de bebidas alcohólicas directa o indirecta, incluyendo la publicidad de objetos o productos que, por su denominación, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa, pueda suponer una publicidad encubierta:

- ▶ En los medios de comunicación, en los programas, páginas o secciones dirigidos preferentemente o exclusivamente a menores de dieciocho años, incluyendo las publicaciones editadas o divulgadas en la Comunidad de Madrid y los operadores de radio, televisión, Internet u otras redes informáticas a los que se extiende la competencia del Gobierno autonómico.
- ▶ En los centros y dependencias de la Administración Autonómica.

- ▶ En los centros oficiales no dependientes de la Comunidad Autónoma pero situados en su territorio.
- ▶ En los centros destinados a menores de dieciocho años.
- ▶ En los centros y servicios sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales.
- ▶ En los centros docentes, tanto públicos como privados, tanto los dedicados a enseñanzas no regladas como a cualquier otro tipo de enseñanza.
- ▶ En los establecimientos o recintos de actividades recreativas y espectáculos, cuando estén destinados mayoritariamente a público menor de dieciocho años.
- ▶ En los medios de transporte público, tanto en el exterior como en el interior, así como los locales o estancias destinados para la espera de estos transportes públicos.
- ▶ En todos los lugares donde esté prohibida su venta, suministro y consumo, salvo en el caso de la publicidad exterior de bebidas que obtienen su graduación mediante fermentación de la uva, manzana o cereales y cuya graduación no supere los veinte grados centesimales
- ▶ Otros centros y lugares que sean determinados reglamentariamente.

En aquellos casos en los que la publicidad está permitida, se somete a las siguientes limitaciones (artículo 27):

- ▶ No podrán realizarse campañas, “sea como actividad publicitaria o no publicitaria”, dirigida a menores de dieciocho años que induzca directa o indirectamente al consumo de bebidas alcohólicas.
- ▶ En ningún caso podrán utilizarse voces o imágenes de menores de dieciocho años, para ser utilizados como soportes publicitarios de bebidas alcohólicas.
- ▶ No deberá asociarse el consumo de alcohol a una mejora del rendimiento físico o psíquico, a la conducción de vehículos o al manejo de armas, ni dar la impresión de que dicho consumo contribuye al éxito social o sexual, ni sugerir que tienen propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante, o que constituyen un medio para resolver conflictos. Tampoco podrá asociarse este consumo a prácticas educativas, sanitarias o deportivas.
- ▶ No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas y de tabaco u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad, ni subrayar como cualidad positiva de las bebidas su alto contenido alcohólico.
- ▶ Se limitará la emisión en programas televisivos o en otros medios de comunicación, de cualquier imagen o contenido denigrante de la persona, con cualquier aspecto físico o psíquico, que fomente o pueda fomentar cambios en la conducta moral de los menores, que les pueda influir en sus hábitos, y predisponerles a cualquier trastorno adictivo.

- ▶ En los medios de comunicación, en los programas, páginas o secciones dirigidos preferentemente o exclusivamente a menores de dieciocho años. Esta prohibición alcanza a las publicaciones editadas o divulgadas en la Comunidad de Madrid, y a los operadores de radio, televisión, Internet u otras redes informáticas a los que se extiende la competencia de la Comunidad de Madrid.
- ▶ La Administración Autonómica promoverá la formalización de acuerdos de autocontrol y autolimitación de la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco con empresas fabricantes y distribuidoras de dichos productos, así como con anunciantes, agencias y medios de publicidad a fin de restringir, para todo lo que la presente Ley no reglamente, la actividad publicitaria de las sustancias referidas.

En cuanto a la venta, despacho y suministro, gratuitos o no, por cualquier medio, de cualquier tipo de bebidas alcohólicas, queda prohibida (artículo 30):

- ▶ Para menores de dieciocho años. En todos los establecimientos públicos en que se venda o facilite de cualquier manera o forma bebidas alcohólicas, se informará de que la Ley prohíbe su adquisición y consumo por los menores de dieciocho años, así como la venta, suministro o dispensación a los mismos. Esa información se realizará mediante anuncios o carteles de carácter permanente, fijados en forma visible en el mismo punto de expedición.
- ▶ En la vía pública, salvo terrazas, veladores, o en días de feria o fiestas patronales o similares regulados por la correspondiente ordenanza municipal. Las Entidades Locales, a través de las correspondientes ordenanzas municipales, podrán declarar determinadas zonas como de acción prioritaria a los efectos de garantizar el cumplimiento de la prohibición de consumo de bebidas alcohólicas en determinados espacios públicos, fomentando, al mismo tiempo, espacios de convivencia y actividades alternativas, contando para el establecimiento de estas limitaciones con los diferentes colectivos afectados.
- ▶ Realizada a través de establecimientos de cualquier clase en los que no esté autorizado el consumo, la de carácter ambulante y la efectuada a distancia, cuando tengan lugar durante el horario nocturno que se determine por cada Corporación Local, con excepción de los establecimientos definidos en el artículo 30 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid. En defecto de normativa local, se entenderá por horario nocturno el comprendido entre las veintidós y las ocho horas del día siguiente⁹.
- ▶ En los centros y dependencias de la Administración de la Comunidad de Madrid; en los centros sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales; en los centros de enseñanza

⁹ La excepción prevista en el párrafo anterior relativa al artículo 30 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, podrá no ser de aplicación en las zonas que cada Ayuntamiento determine dentro de su término municipal, previo informe favorable de la Consejería competente en materia de comercio.

universitaria; en los centros de trabajo, salvo que se lleve a cabo en los espacios habilitados al efecto.

- ▶ En los locales de trabajo de las empresas de transporte público.
- ▶ En los centros educativos de enseñanza primaria, secundaria y especial, así como de enseñanza deportiva.
- ▶ A través de máquinas automáticas en instalaciones abiertas al público.
- ▶ En el exterior de los establecimientos autorizados para el consumo de bebidas alcohólicas, con las excepciones indicadas.

En todos los establecimientos comerciales se adoptarán medidas especiales de control para evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años y, en particular, la contenida en el siguiente párrafo, responsabilizándose de dicha venta de bebidas alcohólicas a menores al titular del establecimiento. Deberán exhibirse, en aquellos lugares donde su visualización sea más eficaz, carteles anunciadores de la prohibición de venta, suministro o dispensación a menores de dieciocho años.

MURCIA

No se contempla la prohibición de consumo y publicidad en la vía pública.

La **Ley 6/1997, de 22 de octubre, sobre drogas, para la prevención, asistencia e integración social**, prohíbe en su artículo 13 la publicidad directa o indirecta de todo tipo de bebidas alcohólicas, incluyendo la de objetos que por su denominación, grafismo, sonido, modo de presentación o cualquier otra causa, puedan suponer una publicidad encubierta en:

- ▶ Centros y dependencias de las Administraciones públicas.
- ▶ Centros sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales.
- ▶ Centros docentes, incluidos los destinados a la enseñanza deportiva.
- ▶ Medios de transporte público que recorran exclusivamente el territorio de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- ▶ Medios o soportes publicitarios cuya propiedad o titularidad corresponda a entidades públicas o privadas, financiadas con fondos públicos mayoritariamente, bien sea directamente, o a través del arrendamiento de dichos medios o soportes.
- ▶ Centros y espectáculos destinados mayoritariamente a un público menor de dieciocho años.
- ▶ Lugares donde esté prohibida su venta.
- ▶ Otros centros y lugares similares a los mencionados que se determinen reglamentariamente.

- ▶ Publicaciones juveniles editadas en la Región de Murcia y en los programas de radio y televisión, emitidos desde centros ubicados en su territorio, cuando unos y otros tengan como destinatarios preferentes o exclusivos a menores de dieciocho años.

También cualquier campaña o actividad, publicitaria o no, dirigida fundamentalmente a menores de dieciocho años, que incite al consumo de bebidas alcohólicas o tabaco.

Según el artículo 15, con el fin de evitar incumplimientos involuntarios en materia de publicidad, las agencias y medios de publicidad o difusión podrán solicitar autorización administrativa previa, de acuerdo con lo previsto en el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

La venta, dispensación y suministro, gratuitos o no, por cualquier medio, de bebidas alcohólicas, queda prohibida según el artículo 16:

- ▶ Para menores de dieciocho años. En todos los establecimientos en que se vendan bebidas alcohólicas deberá colocarse de forma visible al público carteles que adviertan que está prohibida su venta a estos menores.
- ▶ A través de máquinas automáticas, salvo en establecimientos cerrados, haciéndose constar en su superficie frontal la prohibición referida a la venta de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años, y estando a la vista de una persona encargada de que se cumpla dicha prohibición. En cualquier caso, no se permitirá en centros y dependencias de las Administraciones públicas; centros de enseñanza; lugares de trabajo; centros y locales destinados a menores de dieciocho años, aunque sea de modo coyuntural; áreas de servicio y descanso de autovías y autopistas, así como en gasolineras con las excepciones establecidas.
- ▶ En centros y dependencias de las Administraciones públicas, centros sanitarios y sociosanitarios, excepto lo dispuesto en la letra a) del apartado 5 de este artículo.
- ▶ En centros de trabajo, excepto lo dispuesto en la letra a) del apartado 5 de este artículo.
- ▶ En centros de educación infantil, primaria, secundaria y especial.
- ▶ En centros y locales destinados a menores de dieciocho años.
- ▶ En reas de servicio y descanso de autovías y autopistas, así como en gasolineras, excepto lo dispuesto más abajo.

Se permitirá la venta, suministro o dispensación de bebidas alcohólicas de menos de dieciocho grados centesimales, en locales expresamente habilitados y autorizados en:

- ▶ Centros y dependencias de las Administraciones públicas, centros sanitarios y sociosanitarios y del resto de centros y lugares de trabajo.

- ▶ Centros de enseñanza superior y universitaria y centros de enseñanza distintos a los señalados anteriormente.
- ▶ Centros e instalaciones deportivas.
- ▶ Áreas de servicio y descanso de autovías y autopistas, así como en gasolineras.

NAVARRA

En esta Comunidad no se prohíbe la venta y publicidad en la vía pública.

La **Ley Foral 10/1991, de 16 de marzo, sobre prevención y limitación del consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad** prohíbe en su artículo 6 la publicidad directa o indirecta de bebidas alcohólicas, incluyendo la publicidad de objetos o productos que por su denominación, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa pueda suponer una publicidad encubierta:

- ▶ En los lugares públicos destinados o utilizados por un público compuesto predominantemente por menores de dieciocho años.
- ▶ En todo tipo de instalaciones educativas: deportivas, sanitarias, salas de cine y espectáculos, salvo, en los dos últimos casos, en sesiones dirigidas a mayo es de dieciocho años.
- ▶ En las publicaciones periódicas editadas en el ámbito territorial de la Comunidad Foral que vayan dirigidas exclusiva o preferentemente a menores de dieciocho años.
- ▶ En los programas de radio o televisión emitidos desde Centros ubicados en el ámbito territorial de la Comunidad Foral de contenido específicamente pedagógico o que vayan dirigidos exclusiva o preferentemente a menores de dieciocho años.
- ▶ En los programas de radio o televisión emitidos desde Centros ubicados en el ámbito territorial de la Comunidad Foral de carácter informativo sobre temas de interés público.

Se prohíben también:

- ▶ Los argumentos dirigidos a los menores de edad o participación de menores de dieciocho años en la publicidad de bebidas alcohólicas,
- ▶ La promoción de bebidas alcohólicas con ocasión de ferias, exposiciones o actividades similares dirigidas preferentemente a menores de dieciocho años. En cualquier caso, las promociones públicas de bebidas alcohólicas se realizarán en espacios diferenciados y separados, cuyo acceso estará prohibido a los menores de dieciocho años. Asimismo, no podrán otorgarse bebidas alcohólicas como premio en juegos de

azar, concursos o cualquier otro tipo de actividad a la que puedan concurrir menores de dieciocho años.

En cuanto a la venta, expedición o consumo de bebidas alcohólicas, queda prohibida en los siguientes lugares (artículo 2):

- ▶ Locales y Centros dedicados específicamente a un público compuesto mayoritariamente por menores de dieciocho años.
- ▶ Centros educativos de educación infantil, primaria, secundaria, de régimen especial, en sus grados de elemental y medio.

Independientemente de que exista o no consentimiento para la compra o consumición de bebidas alcohólicas otorgado por los padres, tutores o guardadores de los menores (artículo 3).

Asimismo, queda prohibida la venta, suministro o dispensación, gratuita o no, de bebidas alcohólicas de más de 18 grados centesimales (artículo 4) en:

- ▶ Los Centros de Enseñanza Superior y Universitaria.
- ▶ Las dependencias de las Administraciones Públicas.
- ▶ Las estaciones y áreas de servicio de autovías y autopistas.

En todos los establecimientos donde se expendan bebidas alcohólicas deberán colocarse, de forma netamente visible por el público, carteles que adviertan de las prohibiciones establecidas en los artículos anteriores (artículo 5).

PAÍS VASCO

Se prohíbe expresamente la publicidad exterior de bebidas alcohólicas.

La **Ley 18/1998, de 25 de junio, sobre prevención, asistencia e inserción en materia de drogodependencias**, modificada por la **Ley 1/2011, 3 febrero**, prohíbe en su artículo 15 la publicidad exterior en materia de alcohol, entendiéndose por tal aquella susceptible de atraer, mediante la imagen o el sonido, la atención de las personas que permanezcan o discurran por ámbitos de utilización general o en lugares abiertos. Quedan exceptuadas de esta prohibición las señales indicativas propias de los puntos de producción y venta legalmente autorizados, que estarán sometidas, no obstante, a las limitaciones de esta Ley.

Asimismo (artículos 16, 17 y 18) se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas:

- ▶ En los locales públicos destinados a un público compuesto predominantemente por personas menores de 18 años.
- ▶ En las instalaciones y centros deportivos, sanitarios y docentes, y sus accesos.
- ▶ En los cines y salas de espectáculos, salvo en la última sesión nocturna.
- ▶ En el interior de los transportes públicos, en las estaciones y en los locales destinados al público de los puertos y aeropuertos.
- ▶ Mediante su distribución por buzones, por correo, por teléfono y, en general, mediante mensajes que se envíen a un domicilio, salvo que éstos vayan dirigidos nominalmente a mayores de 18 años, o que dicha publicidad no sea cualitativa o cuantitativamente significativa en relación con el conjunto del envío publicitario
- ▶ En los periódicos, revistas y demás publicaciones, así como cualquier medio de registro y reproducción gráfica o sonora editados en el País Vasco si van dirigidos a personas menores de 18 años. En los demás casos, se prohíbe que la publicidad de bebidas alcohólicas aparezca en la primera página, en las páginas de deportes, en las que contengan espacios dirigidos a personas menores de 18 años y en las dedicadas a pasatiempos.
- ▶ Desde los centros emisores de radio ubicados en el País Vasco en el horario comprendido entre las 08:00 y las 22:00 horas.
- ▶ Desde los centros de televisión ubicados en el País Vasco en el horario comprendido entre las 08:00 y las 22:00 horas. Se prohíbe también emisión de programas de televisión desde los centros emisores de televisión ubicados en el País Vasco y realizados en la Comunidad Autónoma en los que el presentador o la presentadora del programa o los entrevistados o entrevistadas aparezcan junto a bebidas alcohólicas o menciones de sus marcas, nombres comerciales, logotipos y otros signos identificativos o asociados a tales productos.
- ▶ Cuyas marcas, objetos o productos que por su denominación, vocabulario, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa puedan derivar indirectamente o encubiertamente en publicidad de bebidas alcohólicas
- ▶ Mediante patrocinio de actividades deportivas, educativas, culturales o sociales, o a través de promociones tales como concursos, rifas y otras formas similares de inducción al consumo

De las prohibiciones anteriores queda excluida aquella publicidad que pudiera realizarse en programas no específicamente publicitarios resultantes de la conexión de los centros emisores ubicados en el País Vasco con sus respectivas cadenas.

La publicidad de bebidas alcohólicas permitida deberá respetar, en todo caso, las siguientes limitaciones (artículo 13):

- ▶ No podrá estar dirigida específicamente a las personas menores de edad, ni en particular presentar a las personas menores consumiendo bebidas alcohólicas.
- ▶ Queda prohibida la utilización de la imagen y de la voz de personas menores de edad en la publicidad de bebidas alcohólicas, no pudiendo aquéllas protagonizar ni figurar en los anuncios publicitarios.
- ▶ No deberá asociarse el consumo de alcohol a una mejora del rendimiento físico, a la conducción de vehículos o al manejo de armas, ni dar la impresión de que dicho consumo contribuye al éxito social o sexual, ni sugerir que tienen propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante, o que constituyen un medio para resolver conflictos. Tampoco podrá asociarse este consumo a prácticas educativas, sanitarias o deportivas.
- ▶ No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad, ni subrayar como cualidad positiva de las bebidas su alto contenido alcohólico.
- ▶ Sólo se podrán hacer reproducciones gráficas de las marcas o nombres comerciales que estén debidamente registrados, a los cuales en todo caso deberá ir unida la mención, con caracteres bien visibles, de los grados de alcohol de la bebida a que se refieren

Cuando la actividad de promoción del consumo de bebidas con graduación alcohólica superior a 20 grados centesimales se lleve a cabo con ocasión de ferias, muestras y actividades similares, ésta se realizará en espacios diferenciados y separados (artículo 14).

De acuerdo con el artículo 20, no se permite la venta o suministro de bebidas alcohólicas:

- ▶ A menores de 18 años y a las personas que por su profesión tienen prohibido el consumo.
- ▶ A través de máquinas automáticas que no se encuentren en establecimientos cerrados y a la vista de una persona encargada de que se cumplan las prohibiciones.
- ▶ En los locales y centros que por las actividades y servicios que ofrecen estén preferentemente destinados a un público compuesto por menores de 18 años.
- ▶ En los centros que impartan enseñanza a alumnos de hasta 18 años.

En el caso de bebidas alcohólicas de más de 20 grados centesimales en:

- ▶ Los centros que impartan enseñanza a alumnos y alumnas de más de 18 años.
- ▶ Las dependencias de las Administraciones públicas.
- ▶ Las estaciones, áreas de servicio y establecimientos hosteleros de autovías y autopistas.

- ▶ Los establecimientos, bares y cafeterías de las instalaciones deportivas y de los centros sanitarios, que, en cualquier caso, deberán estar diferenciados, acotados y señalizados.

Todos los lugares aludidos en los párrafos precedentes recogerán la prohibición mediante la señalización en la forma que se determine reglamentariamente.

El artículo 22 prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas por parte de las personas que se encuentran prestando servicios como:

- ▶ Conductores o conductoras de vehículos de servicio público.
- ▶ Personal sanitario.
- ▶ Personal docente con alumnos y alumnas menores de 18 años.
- ▶ Miembros de cuerpos armados y demás profesionales que por el desempeño de sus funciones porten armas de fuego.
- ▶ En general, todas aquellas cuya actividad, de realizarse bajo influencia de bebidas alcohólicas, pudiera poner en riesgo o causar un daño contra la vida o la integridad física de sí mismas o de terceras personas.

Reglamentariamente, y en supuestos extraordinarios, se podrá exceptuar de lo dispuesto en el párrafo anterior a determinados profesionales en base al interés público de su actuación.

Se prohíbe estar bajo la influencia de bebidas alcohólicas en una tasa de alcohol en sangre superior a 0,3 gramos por 1000 cc., mientras se esté de servicio o en disposición de prestarlo, a los profesionales arriba mencionados. Las medidas o planes de prevención de riesgos laborales podrán establecer, en esos puestos de trabajo límites máximos más estrictos de alcohol en sangre y sus procedimientos de verificación, en el marco de la negociación colectiva, para asegurar su efectividad.

PRINCIPADO DE ASTURIAS

Se prohíbe la publicidad exterior de bebidas alcohólicas salvo en el caso de la sidra y las bebidas con denominación de origen; algo que podría afectar a la libre competencia.

La **Ley del Principado de Asturias 4/2015, de 6 de marzo, de atención integral en materia de drogas y bebidas alcohólicas**, prohíbe en su artículo 20 la venta, suministro, publicidad o consumo de bebidas alcohólicas en:

- ▶ Centros y establecimientos sanitarios tanto públicos como privados.
- ▶ Centros educativos, tanto públicos como privados. No obstante, en los centros universitarios y escuelas superiores estará permitida la venta o suministro de bebidas alcohólicas para su consumo en los lugares autorizados al efecto.
- ▶ Centros de asistencia a menores de 18 años, tanto públicos como privados.
- ▶ Centros de esparcimiento, ocio y deporte cuando se realicen actividades específicamente destinadas a menores de 18 años, salvo los lugares expresamente habilitados al efecto.
- ▶ Centros de las administraciones públicas, salvo en los lugares autorizados al efecto. f) Centros de atención socio-sanitaria, públicos o privados, salvo los lugares expresamente habilitados al efecto.
- ▶ Centros específicos de atención socio-sanitaria a personas drogodependientes.
- ▶ Centros de trabajo, salvo los lugares expresamente habilitados al efecto.

Todos los establecimientos habilitados para la expedición de bebidas alcohólicas deberán hacer constar, mediante el correspondiente cartel, situado en lugar perfectamente visible, la prohibición de venta de bebidas alcohólicas a menores de 18 años y de su consumo por éstos. Reglamentariamente se determinarán sus dimensiones y contenido. La misma obligación compete a los propietarios de establecimientos de alimentación, que deberán situar la mencionada indicación en las inmediaciones de los lugares donde se encuentren los productos alcohólicos.

Queda prohibida la venta y suministro de cualquier producto que imite los envases de bebidas alcohólicas específicamente dirigido a menores de 18 años.

Las máquinas expendedoras de venta y suministro de bebidas alcohólicas han de contar con los mecanismos adecuados de activación o puesta en marcha por la persona responsable del establecimiento para impedir el acceso a menores de 18 años. Dichas máquinas expendedoras deben contar con la información explícita de la prohibición de venta a menores de 18 años y estar situadas en el interior de los locales en un lugar que permita la vigilancia directa y permanente de su uso por parte del titular del local, no pudiendo ubicarse en las áreas anexas o de acceso previo a los locales, como las zonas de cortavientos, pórticos, pasillos de centros comerciales, vestíbulos, distribuidores, escaleras, soportales o lugares similares que puedan ser parte del inmueble pero no constituyen propiamente el interior del establecimiento. Las máquinas expendedoras de bebidas alcohólicas no podrán ubicarse en los locales, centros, establecimientos o lugares en los cuales esté prohibido la venta o el consumo de bebidas alcohólicas

De acuerdo con el artículo 21, los periódicos y revistas, las emisiones de radio y televisión, los folletos y otros soportes físicos gráficos o sonoros y la publicidad estática están sometidos a las siguientes limitaciones:

- ▶ No puede orientarse a inducir, directa o indirectamente, al consumo de bebidas alcohólicas embarazadas o menores de 18 años.
- ▶ Queda prohibido el uso de imágenes, voz y sonidos de menores de 18 años en la publicidad, promoción y patrocinio de bebidas alcohólicas.
- ▶ No se sugerirá que el consumo de estas bebidas contribuye al éxito social, sexual o mejora en el rendimiento físico o deportivo, ni se le atribuirán propiedades terapéuticas.
- ▶ Queda prohibida la difusión entre menores de edad, directamente o por cualquier medio, de propaganda de bebidas alcohólicas, marcas, empresas elaboradoras o locales de degustación de las mismas.
- ▶ Se prohíbe la publicidad de marcas, objetos o productos que por su denominación, vocabulario, grafismo, modo de presentación o cualquier otra causa, puedan derivar directa o indirectamente en publicidad de bebidas alcohólicas dirigidas a menores de 18 años.
- ▶ Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en cualquier tipo de soporte de titularidad pública o ubicado en terrenos de titularidad pública, ya sea digital, audiovisual o físico, como vallas publicitarias, marquesinas, mupis, mobiliario urbano o publicaciones. Esta prohibición no afectará a la publicidad de la sidra ni a la publicidad de bebidas alcohólicas sometidas a denominaciones de origen protegidas o indicaciones geográficas protegidas cuya zona geográfica delimitada afecte al territorio del Principado de Asturias, siempre que, en el caso de tratarse de publicidad exterior, la misma se sitúe a más de doscientos metros del perímetro de centros educativos o de centros sociales destinados al apoyo a personas con problemas de alcoholismo.

La Administración del Principado de Asturias promoverá la celebración de acuerdos de autocontrol y autolimitación de la publicidad de bebidas alcohólicas en el ámbito de las empresas, productores o sus asociaciones, distribuidoras de dichos productos, así como con los anunciantes, agencias y medios de publicidad que operen en su territorio, en orden a lograr los objetivos de la presente ley.

En el caso de la promoción de bebidas alcohólicas, según el artículo 22:

- ▶ No podrá dirigirse específicamente a menores de 18 años.
- ▶ En las visitas a bodegas, lagares o plantas de producción o embotellado de bebidas alcohólicas no se podrá vender, suministrar ni ofertar a los menores de 18 años ninguna bebida alcohólica. De acceder a dichos lugares, los menores deberán acudir

acompañados de personas mayores de edad, responsables de los mismos por razones familiares, legales o docentes.

- ▶ Se prohíbe la promoción del consumo de bebidas alcohólicas en establecimientos, locales y demás espacios autorizados para su consumo, mediante prácticas incitadoras del consumo abusivo, como los concursos de resistencia alcohólica, el ofrecimiento de consumiciones a precios inferiores a los que correspondan según la carta de precios de los establecimientos, locales o instalaciones u otros supuestos análogos. No se consideran incluidas en esta prohibición las celebraciones privadas, aunque se celebren en establecimientos, locales y demás espacios autorizados para el consumo de bebidas alcohólicas, siempre que, en este caso, se hubiera contratado de forma íntegra el servicio de hostelería y no se ofrezca a terceros por parte de los organizadores la venta de consumiciones de bebidas alcohólicas.

No estará sujeta a limitaciones la promoción económica de los productos con denominación de origen u otras figuras de protección oficial, cuando estén dirigidas al ámbito industrial, al comercio al por mayor, al fomento de la producción o a la difusión en ferias mercantiles o eventos vinculados al desarrollo del mercado de estos productos, siempre que se respete lo expresado en el artículo 20 y en los apartados 1, 2 y 3 del presente artículo.

El artículo 19 controla las prohibiciones a la venta y consumo de bebidas alcohólicas.

- ▶ Se prohíbe la venta o suministro de bebidas alcohólicas a menores de 18 años.
- ▶ Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas por menores de 18 años.
- ▶ A los efectos del presente artículo no exonerará de responsabilidad el consentimiento de compra, suministro o consumo otorgado por padres, madres o tutores, ni la autorización escrita para ello. Incurrirán en responsabilidad las personas mayores de edad que induzca a un menor al consumo de bebidas alcohólicas.
- ▶ Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas por el personal de los centros sanitarios, sociales o educativos, públicos o privados, durante su jornada de trabajo.