



Fundación de Investigaciones Sociales A.C.

**Alcohol-Infórmate**

[www.alcoholinformate.org.mx](http://www.alcoholinformate.org.mx)

## La Ley Seca que planea el Gobierno español

Manuel Altozano y Pilar Marcos

multa con 135.000 euros la venta de alcohol a menores, prohíbe beber en la calle y restringe fuertemente la publicidad

**La "ley seca" que planea el Gobierno español multa con 135.000 euros la venta de alcohol a menores, prohíbe beber en la calle y restringe fuertemente la publicidad**

El País

El botellón será ilegal. El consumo de alcohol en la calle que practican cientos de miles de jóvenes españoles, será prohibido por la nueva normativa que prepara el gobierno. La futura ley, según el borrador remitido por el Ministerio del Interior a otros departamentos, castigará a los jóvenes que beban en parques y plazas con "trabajos en beneficio de la comunidad. La venta nocturna sólo se permitirá en bares y discotecas, y los que despachen alcohol a menores de edad deberán pagar multas de 3.000 a 135.000 euros.

El pasado febrero, el vicepresidente primero y ministro del Interior Mariano Rajoy anunció la intención del gobierno de legislar para prohibir el fenómeno del botellón, que consiste en reuniones de jóvenes en plena calle para consumir bebidas adquiridas en negocios de alimentación. Así, se elaboró el borrador del "Anteproyecto de Ley de Prevención del Consumo de Alcohol". En dicho borrador se establecen una serie de medidas restrictivas al consumo de alcohol de los jóvenes, mismas que se mencionan a continuación. Las tiendas y negocios de alimentación que hasta ahora proporcionaban a los jóvenes todo lo necesario para preparar sus fiestas callejeras, no podrán beber alcohol en horario nocturno. Serán los ayuntamientos o comunidades autónomas correspondientes las que tendrán que establecer cuándo comienza ese horario. Esa misma restricción valdrá para los vendedores ambulantes, las gasolineras y áreas de servicio y autopistas y autovías, para las tiendas que abran durante la noche y para los establecimientos de venta de bebidas a domicilio.

El menor que a pesar de la prohibición se atreva a organizar un botellón se arriesgará a tener que realizar "trabajos de interés social en beneficio de la comunidad" durante un periodo que oscilará entre los cuatro y los 24 fines de semana. También se expondrá a una "represión privada", es decir, la comunicación de la infracción a los padres o tutores del menor. A los mayores de 18 años se les podrá imponer una multa de 100 a 600 euros o por importe del triple de los daños que haya podido ocasionar por culpa de la borrachera.

La futura ley también prevé la posibilidad de suspender al infractor el "permiso de conducir ciclomotores, motocicletas u otros vehículos, durante un periodo de uno a seis meses", así como la de prohibirle "visitar lugares o recintos de ocio, recreo, espectáculos públicos, deportivos y establecimientos donde se vendan o suministren bebidas alcohólicas, durante un periodo de uno a seis meses".

Si el borrador se convierte en ley, la edad mínima para adquirir bebidas alcohólicas pasará de los 16 a los 18 años en toda España. Los vendedores no podrán despachar bebidas a los menores y estarán obligados a pedirles que acrediten su edad. Si un vendedor expendió bebidas alcohólicas a un menor de 14 años, habrá cometido una infracción considerada "muy grave", que se castigará con multas de entre 35.000 y 135.000 euros. En caso de que el menor supere esa edad, la infracción será "grave" y la cantidad a pagar será de 3.000 a 35.000 euros.

## **Rajoy quiere que los "híper" establezcan cajas específicas para despachar alcohol**

El borrador de anteproyecto que maneja el gobierno prevé establecer la obligación para los autoservicios e hipermercados, de restringir la venta de bebidas alcohólicas a una sección concreta del establecimiento. Si finalmente se convierte en ley, dichos establecimientos tendrán que habilitar una serie de cajas registradoras para el cobro de esas bebidas.

La presencia de las bebidas alcohólicas quedará absolutamente vetada en colegios e institutos de primaria, secundaria, bachillerato y formación profesional, así como en todos los centros de asistencia o protección de menores de edad.

Tanto en la universidad como en las dependencias de las distintas Administraciones, los hospitales, los centros de trabajo, y las áreas de servicio de autopistas y autovías, sólo se podrá despachar y consumir bebidas con una graduación inferior a los 20 grados y en los lugares habilitados al efecto. En todos los establecimientos de venta de este tipo de bebidas se deberá colocar un cartel con la leyenda: "El consumo de alcohol puede producir adicciones y graves problemas de salud". Si se trata de gasolineras o áreas de servicio el cartel deberá decir: "Si usted tiene que conducir, no beba alcohol. El consumo de bebidas alcohólicas puede provocar muchos accidentes de tráfico".

## **La futura norma limitará también la publicidad indirecta**

El texto en estudio prevé fuertes restricciones a la publicidad de bebidas alcohólicas, especialmente para las de graduación superior a 20 grados. Establece que quedará absolutamente prohibida toda publicidad directa o indirecta que vaya dirigida "específicamente" a los menores de edad. En ningún medio podrán aparecer imágenes de menores en los anuncios de bebidas alcohólicas. La publicidad de alcohol no podrá incitar al consumo inmoderado, ni asociarlo a actividades peligrosas como la conducción de vehículos. El alcohol tampoco podrá vincularse a actividades deportivas, "al éxito social o sexual", o a un incremento en el rendimiento físico o psíquico. No se podrá destacar como cualidad positiva el contenido alcohólico de las bebidas ni ofrecer en los anuncios una imagen negativa de la abstinencia y la sobriedad.

El borrador veta expresamente la emisión de anuncios de bebidas entre las 8:00 y las 22:00 horas, estableciendo que fuera de ese horario no podrán superar "el 15% del tiempo total dedicado a la emisión de publicidad durante el intervalo temporal en que esté permitida aquella". No se podrá emitir ningún spot de este tipo en programas de cualquier franja horaria dirigidos total o parcialmente a la población infantil o juvenil.

Esa publicidad tendrá que desaparecer también de todas las publicaciones impresas dedicadas a los jóvenes. Para el resto de la prensa escrita el borrador establece que no podrán colocarse estos anuncios en las cubiertas, las portadas y las contraportadas. Tampoco se permitirán en separatas o encartes, ni en las secciones infantiles o juveniles. En total, los anuncios dedicados al alcohol no podrán ocupar "en ningún caso" más del 25% de una página, ni superar el 15% del espacio total que la publicación dedique a la publicidad. Estas prohibiciones se extienden también a Internet.

La futura ley veta todo tipo de publicidad en los lugares donde esté prohibida la venta y consumo, excepto "en las vías o recintos de uso público" donde quedará limitada a aquellas bebidas cuyo contenido alcohólico no supere los 20 grados. No podrán colocarse anuncios de alcoholes en ningún medio de transporte público. La prohibición alcanza a las estaciones de ferrocarril y de autobús, los puertos y los aeropuertos.

## **Empresarios, jóvenes y oposición ven represiva e inaplicable la "ley seca"**

El borrador del proyecto de "ley seca" aglutinó la crítica unánime de la oposición, de los representantes de las industrias afectadas y de las asociaciones de jóvenes. Tan dispares colectivos coincidieron en calificar el proyecto del Gobierno de "represivo", "prohibicionista", "inaplicable" y "discriminatorio". La ministra de Educación, Pilar del Castillo, aseguró que el borrador está lleno de sentido común, aunque admitió no conocerlo en detalle. Subrayó que una abrumadora mayoría de ciudadanos, el 91% según el CIS, reclama una ley antibotellón.

La Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, responsable de la redacción de la ley antibotellón, respondió a la avalancha de críticas con el argumento de que "estamos sólo ante un borrador sujeto a cambios", que puede modificarse con las aportaciones de los afectados, y que el objetivo del Ejecutivo es la "prevención" para que los menores no beban alcohol.

Muchos son los cambios que requiere el proyecto de "ley seca" según la oposición de izquierdas (PSOE e IU), los empresarios de bebidas, de publicidad, de hostelería, de gasolineras y de

hipermercados y las asociaciones de jóvenes. Las Juventudes Socialistas y el PSOE mantuvieron ayer una reunión para analizar el borrador. Su conclusión, según Herick Campos, secretario general de las Juventudes del PSOE, es que "existe un problema real de abuso del consumo de alcohol por parte de los menores durante los fines de semana", que "no responde sólo a un exceso de publicidad, a una fácil disponibilidad", sino, "sobre todo", a "la falta de alternativas". En IU su diputada Marisa Castro comparó el impacto de este proyecto con la ley seca que en Estados Unidos en los años veinte facilitó el auge del crimen.

Por su parte, los hosteleros ven excesivo tener que poner un cartel que advierta contra el alcohol. Los licoreros van más allá: consideran que la norma vulnera los derechos constitucionales de libertad de expresión, de reunión y de libertad de movimientos. A los licoreros se unen los publicistas para recordar que ya existe una sociedad de autocontrol de la publicidad y que la legislación española consagra la "libertad de comunicación comercial". Ambas asociaciones están de acuerdo en que los mensajes no pueden incitar al abuso, pero reclaman el derecho a "la publicidad de marca". Políticos, jóvenes y empresarios advierten que "prohibir el alcohol puede convertirlo en el deporte nacional para los jóvenes" y recuerdan el escaso éxito de las medidas de represión de, por ejemplo, el éxtasis, que es ilegal. Todos reclaman consenso, negociación y que se tenga en cuenta, además, el escaso control sanitario de las drogas cuando son ilegales.



**Fuente:**

Síntesis del artículo "La "ley seca" multa con 135.000 euros la venta de alcohol a menores y prohíbe beber en la calle", de Manuel Altozano, publicado en El País, Madrid, España, 6 de mayo de 2002, p. 1 y 13.

Síntesis del artículo "Empresarios, jóvenes y oposición ven represiva e inaplicable la "ley seca" que planea el Gobierno", de Pilar Marcos, publicado en El País, Madrid, España, 7 de mayo de 2002, p. 16.

\* Fotografía de Santi Burgos.

