

Departamento de Documentación

Proyecto de Ley de prevención del
consumo de bebidas alcohólicas y de sus
efectos en las personas menores de edad

[121/000050]



DOCUMENTOS COMPARATIVOS Y TEXTO QUE DEROGA

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad
- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual
- Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas



LEY 34/1988, DE 11 DE NOVIEMBRE, GENERAL DE PUBLICIDAD.

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad

[Texto consolidado]

Proyecto de Ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad

[modificación]¹

TÍTULO II

De la publicidad ilícita y de las acciones para hacerla cesar²

Artículo 5. Publicidad sobre determinados bienes o servicios.

1. La publicidad de materiales o productos sanitarios y de aquellos otros sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias, así como la de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas o de su patrimonio, o se trate de publicidad sobre juegos de suerte, envite o azar, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización administrativa previa. Dicho régimen podrá asimismo establecerse cuando la protección de los valores y derechos constitucionalmente reconocidos así lo requieran.

Artículo 5. Publicidad sobre determinados bienes o servicios.

1. La publicidad de materiales o productos sanitarios y de aquellos otros sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias, así como la de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas o de su patrimonio, o se trate de publicidad sobre juegos de suerte, envite o azar, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización administrativa previa. Dicho régimen podrá asimismo establecerse cuando la protección de los valores y derechos constitucionalmente reconocidos así lo requieran.

¹ Se resalta en la columna de la izquierda, en color rojo, lo que se suprime y en la de la derecha, en color verde, las modificaciones y adiciones propuestas en el Proyecto de Ley.

² Todas las rúbricas de los libros, títulos, capítulos y secciones tienen enlace a dichos apartados de la ley que modifica.

2. Los reglamentos que desarrollen lo dispuesto en el número precedente y aquellos que al regular un producto o servicio contengan normas sobre su publicidad especificarán: a) La naturaleza y características de los productos, bienes, actividades y servicios cuya publicidad sea objeto de regulación. Estos reglamentos establecerán la exigencia de que en la publicidad de estos productos se recojan los riesgos derivados, en su caso, de la utilización normal de los mismos. b) La forma y condiciones de difusión de los mensajes publicitarios. c) Los requisitos de autorización y, en su caso, registro de la publicidad, cuando haya sido sometida al régimen de autorización administrativa previa. En el procedimiento de elaboración de estos reglamentos será preceptiva la audiencia de las organizaciones empresariales representativas del sector, de las asociaciones de agencias y de anunciantes y de las asociaciones de consumidores y usuarios, en su caso, a través de sus órganos de representación institucional. 3. El otorgamiento de autorizaciones habrá de respetar los principios de libre competencia, de modo que no pueda producirse perjuicio de otros competidores. La denegación de solicitudes de autorización deberá ser motivada. Una vez vencido el plazo de contestación que las normas especiales establezcan para los expedientes de autorización, se entenderá otorgado el mismo por silencio administrativo positivo. 4. Los productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, destinados al consumo de personas y animales, solamente podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidos en las normas especiales que los regulen. 5. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas.	2. Los reglamentos que desarrollen lo dispuesto en el número precedente y aquellos que al regular un producto o servicio contengan normas sobre su publicidad especificarán: a) La naturaleza y características de los productos, bienes, actividades y servicios cuya publicidad sea objeto de regulación. Estos reglamentos establecerán la exigencia de que en la publicidad de estos productos se recojan los riesgos derivados, en su caso, de la utilización normal de los mismos. b) La forma y condiciones de difusión de los mensajes publicitarios. c) Los requisitos de autorización y, en su caso, registro de la publicidad, cuando haya sido sometida al régimen de autorización administrativa previa. En el procedimiento de elaboración de estos reglamentos será preceptiva la audiencia de las organizaciones empresariales representativas del sector, de las asociaciones de agencias y de anunciantes y de las asociaciones de consumidores y usuarios, en su caso, a través de sus órganos de representación institucional. 3. El otorgamiento de autorizaciones habrá de respetar los principios de libre competencia, de modo que no pueda producirse perjuicio de otros competidores. La denegación de solicitudes de autorización deberá ser motivada. Una vez vencido el plazo de contestación que las normas especiales establezcan para los expedientes de autorización, se entenderá otorgado el mismo por silencio administrativo positivo. 4. Los productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, destinados al consumo de personas y animales, solamente podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidos en las normas especiales que los regulen. 5. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas.
--	--

La comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel igual o inferior a veinte grados, se someterá a los requisitos establecidos en la normativa de comunicación audiovisual. Queda prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas con graduación alcohólica superior a veinte grados en aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo. La forma, contenido y condiciones de la publicidad de bebidas alcohólicas serán limitados reglamentariamente 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. Con los mismos fines que el párrafo anterior el Gobierno podrá, reglamentariamente, extender las prohibiciones previstas en este apartado para bebidas con más de veinte grados a bebidas con graduación alcohólica inferior a veinte grados. 6. 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.	La comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel igual o inferior a veinte grados, se someterá a los requisitos establecidos en la normativa de comunicación audiovisual. Queda prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas con graduación alcohólica superior a veinte grados en aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo. La forma, contenido y condiciones de la publicidad de bebidas alcohólicas serán limitados reglamentariamente 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. Con los mismos fines que el párrafo anterior el Gobierno podrá, reglamentariamente, extender las prohibiciones previstas en este apartado para bebidas con más de veinte grados a bebidas con graduación alcohólica inferior a veinte grados. Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en los supuestos en los que está prohibida en la Ley .../..., de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad 6. 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.
--	---

LEY 13/2022, DE 7 DE JULIO, GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual

[Texto consolidado]

Proyecto de Ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad

[modificación]¹

TÍTULO VI

Obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivos²

CAPÍTULO IV

Comunicaciones comerciales audiovisuales

Sección 1.º

Derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales

¹ Se resalta en la columna de la izquierda, en color rojo, lo que se suprime y en la de la derecha, en color verde, las modificaciones y adiciones propuestas en el Proyecto de Ley.

² Todas las rúbricas de los libros, títulos, capítulos y secciones tienen enlace a dichos apartados de la ley que modifica.

Artículo 123. Comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud.

1. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de cigarrillos y demás productos de tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga, y de los productos a base de hierbas para fumar, así como de las empresas que los producen.

2. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de medicamentos y productos sanitarios que no respete los límites previstos en la normativa reguladora de la publicidad y actividades relacionadas con la salud y, en todo caso, la comunicación comercial audiovisual de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria que no respete lo previsto en el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

3. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas que cumpla alguno de los siguientes requisitos:

- a) Se dirija específicamente a menores, o **presenten** a menores consumiendo dichas bebidas.

Artículo 123. Comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud.

1. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de cigarrillos y demás productos de tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga, y de los productos a base de hierbas para fumar, así como de las empresas que los producen.

2. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de medicamentos y productos sanitarios que no respete los límites previstos en la normativa reguladora de la publicidad y actividades relacionadas con la salud y, en todo caso, la comunicación comercial audiovisual de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria que no respete lo previsto en el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

3. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas **y de productos que imiten o simulen ser una bebida alcohólica, así como la publicidad del nombre comercial, de la denominación social y de los símbolos o marcas comerciales identificativos de las personas o empresas productoras de dichas bebidas, en cualquier de las modalidades de servicio de comunicación audiovisual, o en un servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, que cumpla alguno de los siguientes requisitos:**

- a) Se dirija específicamente a **personas** menores **de edad**, o **presente** a **personas** menores **de edad** consumiendo dichas bebidas.

b) **Utilice la imagen o la voz o la referencia de personas menores de edad, o de personas mayores de edad cuando se presenten caracterizadas o disfrazadas de personas menores de edad; personas o personajes, reales o de ficción, cuya relevancia pública o su popularidad estén vinculadas con la población menor de**

b) Asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos. c) Dé la impresión de que su consumo contribuye al éxito social o sexual, o lo asocie, vincule o relacione con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social, deportivo o profesional. d) Sugieran que las bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas, o un efecto estimulante o sedante, o que constituye un medio para resolver conflictos, o que tiene beneficios para la salud. e) Fomente el consumo inmoderado o se ofrezca una imagen negativa de la abstinencia o la sobriedad. f) Subraye como cualidad positiva de las bebidas su contenido alcohólico. g) No incluya un mensaje de consumo moderado y de bajo riesgo. 4. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas. 5. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel igual o inferior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre las 20:30 horas y las 5:00 horas y fuera de ese horario cuando dichas comunicaciones comerciales audiovisuales formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir. 6. La comunicación comercial audiovisual relacionada con el esoterismo y las paraciencias solo se podrá emitir entre la 1:00 horas y las 5:00 horas.	edad, mujeres en estado de gestación, aunque hayan prestado su consentimiento, o la imagen de un feto c) Asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos. d) Dé la impresión de que su consumo contribuye al éxito social o sexual, o lo asocie, vincule o relacione con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social, deportivo o profesional. e) Sugiera que las bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas, o un efecto estimulante o sedante, o que constituyen un medio para resolver conflictos, o que tiene beneficios para la salud. f) Fomente el consumo de riesgo, u ofrezca una imagen negativa de la abstinencia o la sobriedad. g) Subraye como cualidad positiva de las bebidas su contenido alcohólico. h) Se incluya en los programas o bloques de programas, así como en sus respectivas interrupciones, que estén objetivamente destinados de forma principal o mayoritaria a personas menores de edad. 4. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas. 5. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel igual o inferior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre las 20:30 horas y las 5:00 horas y fuera de ese horario cuando dichas comunicaciones comerciales audiovisuales formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir. 6. La comunicación comercial audiovisual relacionada con el esoterismo y las paraciencias solo se podrá emitir entre la 1:00 horas y las 5:00 horas.
--	--

7. La comunicación comercial audiovisual relacionada con los juegos de azar y apuestas solo podrá emitirse entre la 1:00 y las 5:00 horas, sin perjuicio de lo previsto en el apartado 8 y dentro del respeto a los principios de protección de menores, responsabilidad social y de juego responsable o seguro en los términos previstos en la normativa sectorial reguladora de las comunicaciones comerciales de ese tipo de juegos. Sólo podrá realizarse comunicación comercial audiovisual relacionada con juegos de azar y apuestas de aquellas entidades que cuenten con título habilitante para realizar esta clase de actividades en España. En cualquier caso, se prohíbe la comunicación comercial audiovisual relacionada con juegos de azar y apuestas cuando sea emitida junto a programas dirigidos a una potencial audiencia infantil. 8. La comunicación comercial audiovisual relacionada con los juegos de azar y apuestas se podrá emitir excepcionalmente fuera del horario establecido en el apartado anterior siempre que así se determine en la normativa sectorial reguladora de la publicidad sobre este tipo de juegos, en los siguientes supuestos: a) Las comunicaciones comerciales relativas a juegos de lotería. b) Las comunicaciones comerciales de aquellos tipos de juego que por sus características estructurales tengan un menor nivel de afectación frente a los riesgos de la actividad de juego.	7. La comunicación comercial audiovisual relacionada con los juegos de azar y apuestas solo podrá emitirse entre la 1:00 y las 5:00 horas, sin perjuicio de lo previsto en el apartado 8 y dentro del respeto a los principios de protección de menores, responsabilidad social y de juego responsable o seguro en los términos previstos en la normativa sectorial reguladora de las comunicaciones comerciales de ese tipo de juegos. Sólo podrá realizarse comunicación comercial audiovisual relacionada con juegos de azar y apuestas de aquellas entidades que cuenten con título habilitante para realizar esta clase de actividades en España. En cualquier caso, se prohíbe la comunicación comercial audiovisual relacionada con juegos de azar y apuestas cuando sea emitida junto a programas dirigidos a una potencial audiencia infantil. 8. La comunicación comercial audiovisual relacionada con los juegos de azar y apuestas se podrá emitir excepcionalmente fuera del horario establecido en el apartado anterior siempre que así se determine en la normativa sectorial reguladora de la publicidad sobre este tipo de juegos, en los siguientes supuestos: a) Las comunicaciones comerciales relativas a juegos de lotería. b) Las comunicaciones comerciales de aquellos tipos de juego que por sus características estructurales tengan un menor nivel de afectación frente a los riesgos de la actividad de juego.
--	--

REAL DECRETO 2816/1982, DE 27 DE AGOSTO, POR EL QUE SE APRUEBA EL REGLAMENTO GENERAL DE POLICÍA DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS Y ACTIVIDADES RECREATIVAS

[Texto consolidado]

Proyecto de Ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad

ARTÍCULOS QUE DEROGA¹

REGLAMENTO GENERAL DE POLICÍA DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS Y ACTIVIDADES RECREATIVAS

TÍTULO II

Organización de los espectáculos y actividades recreativas

¹ Se resalta en color rojo el texto que deroga el Proyecto de Ley.

CAPÍTULO IV

Elementos personales que intervienen en los espectáculos o actividades recreativas

Sección tercera

Los espectadores, asistentes o usuarios y el público en general

Art. 60.

1. Queda prohibida la entrada y permanencia de menores de dieciséis años en las salas de fiesta, discotecas, salas de baile, en los espectáculos o recreos públicos clasificados, genérica o específicamente por el Ministerio de Cultura, para mayores de dieciséis años y, en general, en cualesquiera lugares o establecimientos públicos en los que pueda padecer su salud o su moralidad, sin perjuicio de otras limitaciones de edad que establezcan normas especiales, en materias de la competencia de los distintos Departamentos ministeriales o, en su caso, de las Comunidades autónomas.

2. A los menores de dieciséis años que accedan a los establecimientos, espectáculos o recreos no incluibles en la prohibición del apartado anterior, no se les podrá despachar ni se les permitirá consumir ningún tipo de bebida alcohólica.

3. Los dueños, encargados o responsables de los establecimientos, espectáculos o recreos a que se refiere el párrafo 1, por sí o por medio de sus porteros o empleados, deberán impedir la entrada en los mismos a los menores de dieciséis años y proceder a su expulsión cuando se hubieren introducido en ellos requiriendo, en caso necesario, la intervención de los Agentes de la Autoridad.

4. Las personas señaladas en el párrafo anterior, que tuviesen duda sobre la edad de los menores que pretendan acceder o hayan tenido acceso a los referidos establecimientos, espectáculos o recreos, deberán exigirles la presentación de su documento nacional de identidad como medio de acreditar aquélla.

5. En los locales o establecimientos a que se refiere el presente artículo, deberán figurar letreros colocados en sitios visibles del exterior, como taquillas y puertas de entrada, así como en el interior de los mismos, con la leyenda: «Prohibida la entrada de menores de dieciséis años», Esta misma prohibición deberá figurar también expresa en los carteles, folletos, programas o impresos de propaganda de los referidos establecimientos, espectáculos o recreos.