



## INFORME PUBLICIDAD, ALCOHOL Y MENORES

Nota de Prensa · Lunes 26 de marzo de 2018

Resumen Medios de Comunicación · Redes Sociales

### #SEEpUBLICIDADYALCOHOL

## TRES RECOMENDACIONES

#### 1 Eliminar la publicidad y marketing de bebidas alcohólicas en eventos culturales y deportivos.

Con frecuencia, las marcas patrocinan eventos culturales (música, cine y televisión) y deportivos (competiciones, exhibiciones, carreras populares, etc.) asociando la marca con valores positivos para la sociedad.

#### 2 Delimitar un horario para la publicidad de bebidas alcohólicas en radio, televisión e internet.

La publicidad más visible es la dirigida directamente a los jóvenes, a través de spots y de carteles publicitarios en el espacio público. Suelen emplearse mensajes que relacionan las marcas de bebidas alcohólicas con el éxito social o sexual y con la diversión en general.

#### 3 Limitar la presencia de las marcas de bebidas en el entorno urbano.

En la vía pública, las bebidas alcohólicas están presentes en el mobiliario urbano de bares y restaurantes con logotipos en sombrillas, sillas o mesas como otra forma de promoción indirecta.



## NOTA DE PRENSA

### **La Sociedad Española de Epidemiología pide mayor regulación de la publicidad del alcohol para reducir el consumo en adolescentes y jóvenes**

- La promoción de las bebidas alcohólicas es clave en la iniciación y mantenimiento del consumo, especialmente entre la población joven
- La SEE recomienda eliminar la publicidad y marketing de bebidas alcohólicas en eventos culturales y deportivos; un horario restringido para su publicidad en radio, televisión e internet y limitar la presencia de sus marcas en el entorno urbano
- Medidas similares ya se pusieron en marcha para frenar el tabaco en jóvenes y han demostrado su eficacia

El Grupo de Trabajo sobre Alcohol de la Sociedad Española de Epidemiología (SEE) ha elaborado un informe en el que pone sobre la mesa los **problemas que el consumo de alcohol genera entre adolescentes y jóvenes** en España, las consecuencias que tiene para su salud y el impacto negativo en términos sanitarios, sociales y económicos, en parte por su fácil accesibilidad y bajo coste.

El consumo de alcohol se considera algo normal por buena parte de la población, incluso por parte de los adolescentes que no pueden adquirirlo legalmente. Por este motivo, la Sociedad Española de Epidemiología pide a las autoridades una **mayor regulación de la publicidad**, ya que la promoción de las bebidas alcohólicas es clave en la iniciación y mantenimiento del consumo, especialmente entre la población joven, la más influenciada por la publicidad.

El consumo de alcohol en jóvenes **en España es uno de los más altos del mundo**, y se inicia a edades muy precoces, 16 años de media. Además, la percepción que tienen los jóvenes sobre el riesgo del alcohol es bajo: menos del 50% de los participantes en una encuesta en 2016 identificaron el consumo intensivo periódico de alcohol como nocivo.

En su informe, que remitirá a los grupos parlamentarios y a la Administración sanitaria, la SEE recomienda **eliminar la publicidad y marketing de bebidas alcohólicas en eventos culturales y deportivos; delimitar un horario para su publicidad en radio, televisión e internet y limitar la presencia de sus marcas logotipos en el entorno urbano.**

**La publicidad más visible** es la dirigida directamente a los jóvenes, a través de spots y de carteles publicitarios en el espacio público. En ellos suelen emplearse mensajes que relacionan las marcas de bebidas alcohólicas con el éxito social o sexual, y con la diversión en general.

Además, las marcas de bebidas alcohólicas con frecuencia **patrocinan eventos culturales** (especialmente de música, cine y televisión) y deportivos (competiciones, exhibiciones, carreras populares, etc.) asociando la marca con valores positivos para la sociedad.

**Y en la vía pública**, las bebidas alcohólicas también están muy presentes a través del mobiliario urbano de bares y restaurantes, que frecuentemente incluyen logotipos de bebidas alcohólicas en sombrillas, sillas o mesas como otra forma de promoción indirecta.

Para reducir esta normalización y banalización del alcohol **piden políticas activas y concretas de regulación**. Existe evidencia científica de que una menor presión y promoción publicitaria de las marcas de bebidas alcohólicas se asocia a un menor consumo por parte de los adolescentes. En este sentido, mencionan **las medidas contra el tabaco** que limitaron el empleo de estrategias de marketing similares a las que actualmente usan las marcas de bebidas alcohólicas y que han conseguido reducir ese consumo entre adolescentes.

La normalización del alcohol está en la base del inicio precoz y sostenido, así como la percepción de bajo riesgo de sus consecuencias negativas, especialmente entre los más jóvenes. Los epidemiólogos consideran que la legislación actual limita solo parcialmente los anuncios y que hay **“un amplio margen de mejora en su regulación europea y nacional”**. Además, subrayan que los jóvenes “son el objetivo principal de parte de esta publicidad a la que están expuestos diariamente por diferentes canales”.

Desde la SEE se apunta que reducir la presencia de las marcas de bebidas alcohólicas en el día a día de los adolescentes y evitar su identificación con lo lúdico, e incluso con lo saludable, contribuiría a **retrasar el inicio de su consumo, reducir las cantidades que toman y evitar sus consecuencias negativas en la salud y la sociedad**.

El informe elaborado por el Grupo de Trabajo de Alcohol de la SEE recoge también las consecuencias adversas a corto plazo, el retraso en la maduración neuronal y un incremento de las lesiones de tráfico, principal causa de fallecimiento entre los 18 y los 30 años. Y a medio plazo, un mayor riesgo de desarrollar dependencia alcohólica, con las graves consecuencias sociales e individuales que conlleva.



SOCIEDAD  
ESPAÑOLA DE  
EPIDEMIOLOGÍA

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

# DIARIO MEDICO.com

Diario M

INICIO **ÁREA PROFESIONAL** ÁREA CIENTÍFICA OPINIÓN / PARTICIPACIÓN MULTIMEDIA FORMACIÓN

Sanidad | Profesión | Normativa | Gestión | Entorno | La consulta |

Portada > [Área Profesional](#) > Sanidad

PUBLICADO UN INFORME

## Epidemiología pide restringir publicidad y marketing del alcohol imitando al tabaco

La Sociedad Española de Epidemiología (SEE) ha publicado un informe en el que pide restringir las políticas de publicidad y marketing de las bebidas alcohólicas para luchar contra el consumo en menores, tomando como referencia las restricciones en el ámbito del tabaco.

Redacción | 26/03/2018 10:23

[Diario Médico](#)

**im** MÉDICO Hospitalario  
Innovación para el médico especialista de hospital y atención primaria. Investigación médica, gestión, tecnología y servicios sanitarios.

Síguenos: [f](#) [t](#) [g+](#) [r](#) 03-04-2018

I+D en Área médica y farmacia clínica | Gestión Hospitalaria | **Farmacología Profesional** | Industria Farmacéutica | Equipo Hospitalario

publicidad

Gestión Hospitalaria

La SEE pide regular la publicidad del alcohol para reducir su consumo

**SEE** SOCIEDAD ESPAÑOLA DE EPIDEMIOLOGÍA

[IM Médico Hospitalario](#), 26.03.2018



POLÍTICA • INDUSTRIA • TECNOLOGÍA • PROFESIONALES • AUTONOMÍAS • PACIENTES • OPINIÓN • [ESALUD.com](#) • [ESTETIC.es](#) • [SALUDIGITAL.es](#)

PREVISTA PARA ESTE AÑO

## Nuevas exigencias a la futura ley de menores sin alcohol de Montserrat

La Sociedad Española de Epidemiología (SEE) ha reclamado una mayor regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas. Mientras, Sanidad está a la espera de que se apruebe el informe de la Comisión Mixta de Drogas.



La ministra de Sanidad, Dolores Montserrat, anunció una Ley de Menores sin Alcohol para este año.

[Consalud](#), 26.03.2018

# Epidemiólogos piden limitar la marcas de alcohol del mobiliario urbano para reducir su consumo entre adolescentes

26/03/2018 - 12:45



Más noticias sobre: ACCESIBILIDAD INTERNET MARKETING TRABAJO

## ENLACES RELACIONADOS

- Madrid: los disturbios de lavapiés causaron daños en el mobiliario urbano valorados en cerca de 100.000 euros (25/03)
- S.Santa - Retirados del centro 293 elementos de mobiliario urbano por afectar a las vías de evacuación (23/03)
- Un proyecto de mobiliario urbano impulsado por la Diputación de Valenci limpia el aire de CO2 y partículas (14/03)
- Ampliada el sujeción de...

El Grupo de Trabajo sobre Alcohol de la Sociedad Española de Epidemiología (SEE) pide mayor regulación de la publicidad del alcohol para reducir el consumo en adolescentes y jóvenes, y proponen prohibir la publicidad y el marketing de bebidas alcohólicas en eventos culturales y deportivos; limitar su publicidad en horario protegido amplio (de 8.00h a 20.00h) en radio, televisión e Internet, y limitar la presencia de logotipos y marcas de bebidas alcohólicas en el paisaje y mobiliario urbano.

MADRID, 26 (EUROPA PRESS)

## [El Economista-Ecodiario](#)



# Epidemiólogos piden limitar la marcas de alcohol del mobiliario urbano para reducir su consumo entre adolescentes

[Telecincero](#), 26.03.2018

infosalus.com

SALUD FARMACIA ACTUALIDAD NIJER NUTRICIÓN ESTÉTICA ASISTENCIA

## Epidemiólogos piden limitar la marcas de alcohol del mobiliario urbano

Lo más leído

1. ¿U de de
2. ¿E me da
3. Du su
4. La en
5. Cá "al all

HOY

Recibe

Teclio

Últim

17:50

15:30

15:30

MADRID, 26 Mar. (EUROPA PRESS) - El Grupo de Trabajo sobre Alcohol de la Sociedad Española de Epidemiología (SEE) pide mayor regulación de la publicidad del alcohol para reducir el consumo en adolescentes y jóvenes, y proponen prohibir la publicidad y el marketing de bebidas alcohólicas en eventos culturales y deportivos; limitar su publicidad en horario protegido amplio (de 8.00h a 20.00h) en radio, televisión e Internet, y limitar la presencia de logotipos y marcas de bebidas alcohólicas en el paisaje y mobiliario urbano.



# Epidemiólogos piden limitar la marcas de alcohol del mobiliario urbano para reducir su consumo entre adolescentes



EUROPA PRESS • 26/03/2018 - 12:46



SALUD

ALCOHOL

## Limitar la publicidad del alcohol, clave para reducir su consumo

Los epidemiólogos advierten que las campañas publicitarias y los patrocinios de eventos culturales y deportivos incitan a los jóvenes a su consumo, pues se asocia con éxito social y diversión.

Europa Press. Madrid Actualizada 26/03/2018 a las 12:59

Etiquetas Salud Tabaco Alcohol



[Heraldo](#)

## Sociedad Española Epidemiología pide más regulación en publicidad de alcohol

[La Vanguardia](#), 27.03.2018

Noticias agencias

## Sociedad Española Epidemiología pide más regulación en publicidad de alcohol

[ABC](#), 27.03.2018

## Sociedad Española Epidemiología pide más regulación en publicidad de alcohol

EFE

Martes, 27/03/2018 a las 20:06 CEST



La Sociedad Española de Epidemiología (SEE) ha pedido hoy a las autoridades una mayor regulación de la publicidad del alcohol para reducir el consumo en adolescentes y jóvenes, a raíz del informe elaborado por su Grupo de Trabajo sobre Alcohol.

[El Periódico](#)

27/3/2018

### Tres recomendaciones de los epidemiólogos para regular la publicidad de alcohol y frenar el consumo en menores

La Sociedad Española de Epidemiología recuerda en un informe que la promoción de las bebidas alcohólicas es clave en la iniciación y mantenimiento del consumo, especialmente entre la población joven

[El Blog de Zoe](#)

**INDAGANDO.TV**  
El consumo de alcohol en jóvenes en España uno de los más altos del mundo

La SEE propone medidas para mitigar el daño que causa el consumo de alcohol entre los jóvenes

**A pesar de haber disminuido la proporción de adolescentes que lo toman**

**EL CONSUMO DE ALCOHOL EN JÓVENES EN ESPAÑA, UNO DE LOS MÁS ALTOS DEL MUNDO**

El consumo de alcohol en jóvenes en España es uno de los más altos del mundo, y se inicia a edades muy tempranas. Un dato de media. Además, la percepción que tienen los jóvenes sobre el riesgo del alcohol es bajo: menos del 60% de los participantes en una encuesta en 2016 identificaron el consumo excesivo de alcohol como riesgo. Por este motivo, la Sociedad Española de Epidemiología pide a las autoridades una mayor regulación de la publicidad, en qué la promoción de las bebidas alcohólicas es clave en la iniciación y mantenimiento del consumo, especialmente entre la población joven, la más influenciada por la publicidad.

Fuente: Sociedad Española de Epidemiología

**ARTÍCULOS RELACIONADOS**

¿Cómo han ido estos números a los que se enfrentó el mundo?

[Indagando TV](#), 28.03.2018

Valverde 22° C

**Canarias7**  
Toda la información de Canarias

LAS PALMAS GC | OPINIÓN | DEPORTES | ECONOMÍA | POLÍTICA | CULTURA | SOCIEDAD | SUCESOS | NACIONAL | INTERNACIONAL | MÁS+

La salud en breve...

### Piden una mayor regulación de la publicidad del alcohol



Piden mayor regulación de la publicidad del alcohol para reducir el consumo en adolescentes y jóvenes. / C7

02/04/2018

El Grupo de Trabajo sobre Alcohol de la Sociedad Española de Epidemiología pide mayor regulación de la publicidad del alcohol para reducir el consumo en adolescentes y jóvenes.

Canarias7 Saludable / Las Palmas de Gran Canaria

[Canarias7](#), 2.04.2018

LR Culturas | Piden más regulación de la publicidad del alcohol

### Piden más regulación de la publicidad del alcohol

E.P.  
Lunes, 2 abril 2018, 23:32



El Grupo de Trabajo sobre Alcohol de la Sociedad Española de Epidemiología (SEE) pide mayor regulación de la publicidad del alcohol para reducir el consumo en adolescentes y jóvenes, y proponen prohibir la publicidad y el marketing de bebidas alcohólicas en eventos culturales y deportivos; limitar su publicidad en horario protegido amplio (de 8.00h a 20.00 horas) en radio, televisión e Internet, y limitar la presencia de logotipos y marcas de bebidas alcohólicas en el paisaje y mobiliario urbano. Estas son algunas de las recomendaciones que incluye un informe, elaborado por la sociedad médica, en el que pone sobre la mesa los problemas que el consumo de alcohol genera entre adolescentes y jóvenes en España, las consecuencias que tiene para su salud y el impacto negativo en términos sanitarios, sociales y económicos, en parte por su fácil accesibilidad y bajo coste.

[La Rioja](#)



## REDES SOCIALES

# #SEepublicidadyalcohol

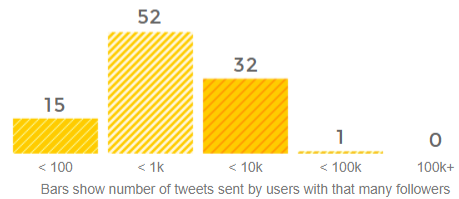
ESTIMATED REACH

# 57,281

ACCOUNTS REACHED

EXPOSURE

# 128,654

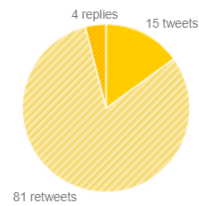
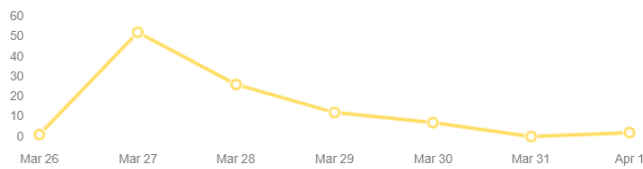
 IMPRESSIONS

ACTIVITY

100  
TWEETS

43  
CONTRIBUTORS

7  
DAYS



TOP CONTRIBUTORS

38.4k IMPRESSIONS		@JulioBasulto_DN Follow 38.4K followers
80 RETWEETS		@seepidemiologia Follow 2,942 followers
82 MENTIONS		@seepidemiologia Follow 2,942 followers

MOST RETWEETED TWEETS

14		SEE @seepidemiologia #SEepublicidadyalcohol las marcas de bebidas alcohólicas patrocinan eventos culturales y deportivos asociandola a v... twitter.com/i/web/status/9... 7 days ago
10		SEE @seepidemiologia Con nuestro informe #SEepublicidadyalcohol pedimos políticas activas y concretas de regulación para evitar la norm... twitter.com/i/web/status/9... 7 days ago
7		SEE @seepidemiologia Con nuestro informe #SEepublicidadyalcohol pedimos mayor regulación de la publicidad sobre alcohol para reducir su... twitter.com/i/web/status/9... 8 days ago



### PALABRAS LÍDERES



### USUARIOS LÍDERES



## Facebook

**Sociedad Española de Epidemiología**  
26 de marzo a las 4:38 · 🌐

#SEepublicidadyalcohol Nuestro Grupo de Trabajo sobre Alcohol ha elaborado un informe en el que llama la atención sobre los problemas del alcohol entre adolescentes y jóvenes en España y hacen tres recomendaciones:

1. Eliminar la publicidad y marketing de bebidas alcohólicas en eventos culturales y deportivos
2. Un horario restringido para la publicidad de bebidas alcohólicas en radio, televisión e internet
3. Limitar la presencia de las marcas de bebidas alcohólicas en el entorno urbano

<http://ow.ly/UThd309AbQ>

Sitio Web de la Sociedad Española de Epidemiología  
SEEPIDEMIOLOGIA.ES

Me gusta Comentar Compartir

A Eduardo Palomares Moral, Medicina Preventiva H/Cajal, Freddy Lizón y 3 personas más les gusta esto.

Se ha compartido 5 veces

**Melania Bentué, Estrategias de Comunicación**  
28 de marzo a las 9:51 · 🌐

#SEepublicidadyalcohol La Sociedad Española de Epidemiología ha elaborado un informe en el que pide más regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas para frenar el consumo entre jóvenes y adolescentes. Aquí están las medidas que proponen...

ELBLOGDEZOE.ES  
Tres recomendaciones de los epidemiólogos para regular la publicidad de alcohol y frenar el consumo en menores en El Blog de Zoe  
La Sociedad Española de Epidemiología recuerda en un informe que la promoción de las bebidas...

Se ha llegado a 252 personas personas Promocionar publicación

Me gusta Comentar Compartir

Concha Prieto Campo y Carmen Limiñana

Se ha compartido 2 veces



## LinkedIn



La Sociedad Española de Epidemiología pide mayor regulación de la publicidad del alcohol para frenar el consumo entre jóvenes

Melania Bentué en LinkedIn  
26 de marzo de 2018

Editar Borrar

4 clics en tu artículo



Melania Bentué

Comunicación en Salud y Ciencia. Comunicación 2.0. Formación - Delegada en Aragón...  
6 días



a pesar de haber  
disminuido la proporción  
de adolescentes que lo toman

#SEepublicidadyalcohol Tres recomendaciones de los epidemiólogos para ...  
elblogdezoee.es



32 visualizaciones de tu publicación en el feed