



## **Los Anuncios para Alcohol en Propiedades Públicas Irán de Mal en Peor Por Causa del Senador Alex Padilla y Su Enmienda al Proyecto de Ley SB 31, Dice Alcohol Justice**

### **Los Activistas Comunitarios Piden al Gobernador de California Jerry Brown Que Actúe en Bien de la Salud Pública y Vete el Proyecto de Ley**

SAN FRANCISCO, 13 de septiembre de 2013 -- Alcohol Justice y activistas comunitarios en toda California consideran que el Senador Alex Padilla ha hecho lo impensable con su proyecto de ley SB 31. *"Eliminó el control estatal con respecto al contenido de los anuncios para alcohol en los centros deportivos ubicados en propiedades públicas en California", dijo Jorge Castillo, Director de Defensa Legal y Apoyo de Alcohol Justice. "Él le ha cedido ese control a las compañías productoras de alcohol y a las agencias de publicidad".* A Alcohol Justice no le sorprende esa acción. En un [Reporte de Cabildeo de 2010](#), la organización reconoció al Senador Padilla como uno de los cinco legisladores estatales en California que reciben la mayor cantidad de dinero de parte de la industria del alcohol.

Para la consternación de funcionarios gubernamentales y activistas de la salud pública, el Senador Padilla hizo que el Proyecto de Ley SB 31 fuese de malo en peor cuando lo enmendó para permitir no sólo anuncios de vino y cerveza en estadios localizados en propiedad pública, sino también alcoholes destilados. Esta enmienda tuvo lugar después de que Los Angeles Coalition to Ban Alcohol Ads on Public Property in Los Angeles, un grupo comunitario que trabaja para limitar la publicidad de alcohol en propiedades públicas, contactó al despacho del Senador Padilla para pedirle que controlara el contenido de los anuncios publicitarios. **Los activistas les piden ahora a quienes abogan por la salud pública en toda California QUE ACTÚEN y le exijan al Gobernador que vete ese proyecto de ley.**

*"El proyecto de ley del Senador Padilla tendrá como efecto que compañías alcohólicas como Anheuser-Busch InBev, cuya planta de producción de Budweiser está localizada en su distrito, coloque sus anuncios en grandes vallas publicitarias que transmitirán a los jóvenes repetitivos y seductores mensajes incitándolos a beber", añadió Castillo. "Pero eso sucederá solamente si el Gobernador permite que este peligroso proyecto de ley se convierta en ley".*

Actualmente, AB 2339 (Solorio) específicamente prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en estadios deportivos localizados en propiedades públicas en California. *"El proyecto de ley de Padilla para empujar los tragos le abre las puertas a una avalancha de luminosas y brillantes vallas y otros anuncios publicitarios a lo largo de autopistas y carreteras cercanas a estadios y campos deportivos, como el propuesto Farmers Field en el centro de Los Angeles," dijo Dennis Hathaway, Presidente del Coalition to Ban Billboard Blight. Este proyecto de ley exime completamente a estos signos de cualquier regulación estatal y permitiría anuncios para todo tipo de alcohol, comidas rápidas y otros productos, aun si esos productos no se venden en los campos y estadios. "Estos anuncios deteriorarán el aspecto de la ciudad y serán una peligrosa distracción para los cientos de miles de conductores que se desplazan por esas calles y autopistas".*

Por ser uno de los mayores beneficiarios del dinero de la industria del alcohol, el Senador Padilla ha constantemente propuesto leyes para dismantelar las regulaciones relacionadas con el alcohol en California, y las cuales benefician las ventas de cerveza. SB 31 beneficiará específicamente a Budweiser, ya que se le han otorgado los derechos exclusivos para promocionarse gracias a un acuerdo de patrocinio con el propuesto Farmer's Field Stadium en el centro de Los Angeles, el cual será administrado por AEG Entertainment.

*"Los fabricantes y expendedores de alcohol no tienen límites en cuanto a las sumas de dinero que pueden gastar en publicidad para convencer a nuestros jóvenes a empezar a beber y para convencer a nuestra comunidad en general a beber más", dijo Ruben Rodriguez, Chairman de Coalition to Ban Alcohol Ads in Los Angeles. "Solamente nuestros más altos funcionarios estatales pueden detener este caballo desbocado. Por favor, Gobernador Brown, póngale un veto a SB 31 y dígame no a la publicidad para el alcohol".*

En un reporte del Journal of Pediatrics publicado en enero 2013 titulado **Exposure to Alcohol Advertisements and Teenage Alcohol-Related Problems** (Exposición a los anuncios para el alcohol y los problemas relacionados con el alcohol en los adolescentes), los investigadores publicaron pruebas contundentes de que *"la exposición a los anuncios para bebidas alcohólicas y la reacción de tipo afectivo a dichos anuncios conllevan a los jóvenes a beber más y a experimentar problemas relacionados con el alcohol más tarde en la adolescencia"*. El estudio observó a 3,890 estudiantes del área de Los Angeles, a quienes se les encuestó una vez al año por 4 años, desde el 7mo hasta el 10mo grado. El reporte identificó un vínculo evidente entre la publicidad para las bebidas alcohólicas, cómo ésta conlleva al uso del alcohol, y después a problemas en la vida de los jóvenes en Los Angeles. *"Nosotros apoyamos vehementemente los esfuerzos para... prohibir la publicidad de alcohol en propiedades pertenecientes o administradas por la ciudad, con el fin de ayudar a proteger la salud y la seguridad de nuestra juventud"*, dijo Jerry L. Grenard, Ph.D., Profesor Asistente, School of Community and Global Health, Claremont Graduate University, quien fue uno de los autores del reporte.

La conexión entre la exposición a la publicidad para el alcohol y el consumo de jóvenes por debajo de la edad legal está bien documentada en los tribunales federales y otros extensos estudios. Los jóvenes en mercados con mayores presupuestos publicitarios para alcohol beben más. Cada dólar adicional que se gasta en anuncios para alcohol aumenta en un 3% el número de tragos que se consumen. Otros estudios han reportado relaciones similares, incluyendo un estudio de 2006 que encontró que disminuciones en la publicidad para el alcohol podría producir una disminución en el consumo de alcohol por adolescentes (una reducción del 28% en publicidad para el alcohol podría reducir el consumo mensual de alcohol por adolescentes del 25% al 21%, y los excesos del 12% hasta el 8% a 11%).

El mantener la prohibición contra la publicidad para el alcohol en propiedades públicas ayudará a reducir la exposición repetitiva, inevitable y excesiva de nuestros jóvenes a los anuncios para bebidas alcohólicas. Dados los vínculos entre la publicidad para el alcohol y los comportamientos de los jóvenes relacionados con el alcohol, el mantener dicha prohibición reducirá probablemente el riesgo de que jóvenes por debajo de la edad legal empiecen a ingerir alcohol más temprano, y reducirá el consumo de alcohol en quienes ya beben. El permitir más publicidad para alcohol aumentará los catastróficos costos del estado relacionados con los daños ocasionados por el alcohol, los cuales Alcohol Justice estima sobrepasan los **38 mil millones de dólares anuales**.

*"A lo largo de los años se ha vuelto obvio a quien representa el Senador Padilla, y no son los miembros de su comunidad, los cuales viven rodeados de las nefastas consecuencias del uso del alcohol", dijo Bruce Lee Livingston, Director Ejecutivo/CEO de Alcohol Justice. "Él representa a las corporaciones productoras de alcohol que contribuyen sustancialmente a sus campañas electorales. Es por ello que les pedimos a todos quienes abogan por la salud pública en todo lo largo y ancho del estado que le exijan al Gobernador Brown de que le imponga el veto a SB 31. Esperamos que el Gobernador, a diferencia del Senador Padilla y la legislatura, coloque la salud del público y la seguridad de todos los residentes y visitantes de California por encima de los codiciosos intereses de la industria alcohólica".*

**[HAGA CLICK AQUÍ PARA ACTUAR – EXÍJALE AL GOBERNADOR BROWN DE VETAR SB 31](#)**

Para más información, por favor visite: [www.AlcoholJustice.org](http://www.AlcoholJustice.org) y <http://noalcoholads.org/>

**Contacto:** Michael Scippa (415) 548-0492  
Jorge Castillo (213) 840-3336

FUENTE Alcohol Justice