



La salud pública se anota un tanto en L.A. El Concejal Richard Alarcón presenta una petición para prohibir anuncios de alcohol en todas las propiedades de la ciudad

LOS ANGELES, 16 de agosto del 2011 -- Esta mañana, la Coalition to Ban Alcohol Ads from Public Property (Coalición para Prohibir los Anuncios de Alcohol en la Propiedad Pública, NoAlcoholAds.org) hizo una marcha en las afueras del Ayuntamiento de la Ciudad de Los Angeles apoyando la propuesta del Concejal Richard Alarcón, en la reunión de hoy en el Ayuntamiento de la Ciudad para prohibir los anuncios de alcohol en todas las propiedades de la ciudad. El Concejal también apoya la aprobación de un nuevo contrato a diez años sobre las bancas de las paradas de autobús, que incluye una disposición que prohíbe los anuncios de alcohol en dichas bancas.

La petición de Alarcón pide que el Fiscal de la Ciudad de Los Angeles, con la ayuda de la L.A. Public Works Commission (Comisión de Obras Públicas de LA), Department of Building and Safety (Departamento de Vivienda y Seguridad), Planning Department (Departamento de Planificación) y General Services Department (Departamento de Servicios Generales) "prepare una ordenanza dentro de los 60 días para prohibir la publicidad sobre alcohol en propiedades de la ciudad o controladas por ella, que siga el modelo de similares ordenanzas de San Francisco y Filadelfia".

"El pedido del Concejal Alarcón de prohibir los anuncios sobre el alcohol en toda propiedad pública reconoce el compromiso de Los Angeles de proteger la salud pública y la seguridad", afirmó Jorge Castillo, gerente de defensoría y difusión de Alcohol Justice (antes llamado Marin Institute). "Esperamos con ansiedad hacer campaña con el Sr. Alarcón para consolidar el apoyo para la aprobación de esta ordenanza, así como la aprobación del contrato para bancas de paradas de autobús que prohíbe específicamente los anuncios de alcohol en las mencionadas bancas".

El Ayuntamiento de la ciudad pospuso hasta el viernes una petición de otorgar a Martin Outdoor Media, LLC, empresa con sede en Florida, el derecho exclusivo a construir y/o mantener un mínimo de 6,000 paradas de autobús de propiedad de la ciudad y vender espacio publicitario en ellas. En el nuevo contrato, el "alcohol etiquetado y/o de marca" se une a la lista de artículos cuya publicación está prohibida en bancas de paradas de autobús, junto con el tabaco, las armas de fuego, tiendas de libros para adultos, cines para adultos, servicios de acompañante, y temas pornográficos y obscenos.

"Muchas personas están preocupadas no solo por el deterioro visual, sino también por el contenido de los mensajes de la publicidad en la vía pública, como los que buscan aumentar el consumo de alcohol", dijo Dennis Hathaway, Presidente de la Coalition to Ban Billboard Blight (Coalición para Prohibir la Contaminación de los Anuncios Espectaculares). "La ciudad puede limitar legalmente esta clase de mensajes en propiedad pública como pueden ser bancas en paradas de autobús, kioscos, refugios y carteleras, y hoy ha dado un importante primer paso en ese rumbo".

Particulares y diversos grupos de toda la ciudad y el estado se unieron como la Coalición para Prohibir los Anuncios de Alcohol en la Propiedad Pública para hacer una campaña por la prohibición de los anuncios de alcohol, y encontraron un socio corporativo responsable cuando Martin Outdoor Media rápidamente apoyó el concepto de prohibir los anuncios de alcohol en las bancas de las paradas de autobús en su nuevo contrato propuesto con Los Angeles.

"Nuestra compañía se complace en trabajar junto con la ciudad y la Coalición para Prohibir los Anuncios de Alcohol en la Propiedad Pública para promover la salud pública en Los Angeles", afirmó Scott Martin, Presidente de Martin Outdoor Media, LLC. "Como padre de niños de 10 y 11 años, creo que si podemos evitar que un nuevo menor tome su primera bebida alcohólica, habremos hecho nuestro trabajo".

El Departamento de Salud Pública de Los Angeles recientemente recomendó que "reducir la publicidad sobre el alcohol en espacios públicos y áreas comunes que están en el campo visual de los menores" ayudaría a desalentar el consumo de alcohol en menores. El MTA de Los Angeles no permite ninguna forma de publicidad de alcohol en sus autobuses, trenes y otras formas de transporte.

"Jamás se debería exponer a los niños a la publicidad sobre el alcohol", dijo John O. Whitaker, Jr., CATC, A.W.A.R.E./Tarzana Treatment Centers. "Cuando más temprana es la exposición a la publicidad sobre alcohol, más probabilidad de que los adictos o potenciales adictos prueben la bebida y luego se conviertan en bebedores. Este anuncio de hoy del Concejal Alarcón nos dice que podemos cambiar la cultura tóxica que ha permitido una excesiva publicidad de alcohol en los lugares públicos".

"La nueva generación de clientes de la industria de bebidas alcohólicas estará conformada por nuestros hijos; hoy debemos ponernos firmes con el Concejal Alarcón y decir que no dejaremos que esto ocurra", afirmó Rubén Rodríguez, Presidente de la Coalición para Prohibir los Anuncios de Alcohol en la Propiedad Pública en Los Angeles. "Continuaremos pidiendo a los concejales que prohíban los anuncios de alcohol en bancas de paradas de autobús como en toda otra propiedad de la ciudad".

Más de 2.3 millones de menores de edad beben alcohol cada año en California. El consumo de alcohol en menores le cuesta al estado la escalofriante cifra de US\$7,300 millones por año. La delincuencia juvenil, el crimen, los accidentes automovilísticos y el sexo de riesgo son los resultados más evidentes.

"Women Against Gun Violence (Mujeres contra la Violencia Armada) apoya la prohibición de la publicidad de alcohol en bancas de paradas de microbús y otros lugares públicos", dijo Margot Bennett, directora ejecutiva de la organización. "El consumo y abuso de alcohol a menudo desempeñan un papel importante en la violencia armada que cuesta miles de vidas y miles de millones de dólares cada año".

Los datos de la investigación sobre los peligros de exponer a los jóvenes y a otras personas vulnerables a la publicidad de alcohol son claros. Cuantos más avisos de alcohol ven los menores, mayores son las posibilidades de que consuman alcohol en exceso, lo que causa daños relacionados con el alcohol. Cada año, L.A. debe afrontar más de US\$10,800 millones por daños relacionados con el alcohol.

"Cada vez que podemos reducir la publicidad de alcohol en la propiedad pública, la sociedad se beneficia", afirmó Michael Scippa, director de relaciones públicas de Alcohol Justice. "La propuesta que hoy trae el Concejal Alarcón para que disminuyan los anuncios de alcohol en todas las

propiedades de la ciudad de L.A. tiene nuestro apoyo absoluto".

Un estudio del 2007 de Alcohol Justice determinó que muchas ciudades de EE. UU. ya restringen los anuncios de alcohol en los sistemas de tránsito masivo, y la ciudad y el condado de San Francisco promulgaron una ordenanza para prohibir los anuncios de alcohol en toda propiedad pública en futuros contratos.

SI DESEA OBTENER MÁS INFORMACION, VISITE: <http://noalcoholads.org/> y <http://www.alcoholjustice.org>

Contacto: Jorge Castillo 213 840-3336
Rubén Rodríguez 818 203-2811
Michael Scippa 415 548-0492

FUENTE Alcohol Justice