



El Comité de Seguridad Pública del Concejo Municipal de Los Angeles da pasos para prohibir los anuncios de bebidas alcohólicas en la propiedad pública

El concejal Alarcón y www.NoAlcoholAds.org más cerca de reducir el consumo de alcohol entre los menores de edad en Los Angeles

LOS ANGELES, 27 de mayo de 2013 -- Alcohol Justice se unió hoy a la Coalición de Los Angeles para Prohibir el Alcohol en la Propiedad Pública (Los Angeles Coalition to Ban Alcohol Ads on Public Property) para agradecer al Comité de Seguridad Pública de la Ciudad de Los Angeles y su presidente, Mitchell Englander, por dar pasos para crear una ordenanza que prohíba los anuncios de bebidas alcohólicas en propiedades pertenecientes o controladas por el municipio de Los Angeles. La moción había estado retenida en el comité desde el verano de 2011. Ahora puede pasar ante el Concejo Municipal en pleno para que apruebe que el Abogado Municipal redacte la ordenanza que reducirá la publicidad de bebidas alcohólicas en espacios públicos para desalentar el consumo de alcohol entre los menores de edad.

"Estamos entusiasmados con el fin de este retraso burocrático", declaró Jorge Castillo, director de Promoción de Causas de Alcohol Justice. "Hay una falta de servicios para tratar los enormes daños causados por el alcohol en Los Angeles, así que este es un gran paso para que la Ciudad deje de promover las ventas y el consumo de bebidas alcohólicas. La acción de hoy llevará a una reducción de los daños".

Según el Departamento de Salud Pública del Condado de Los Angeles, los choques, crímenes violentos y muertes relacionados con el alcohol le cuestan al condado más de \$10,800 millones cada año. Las familias y los jóvenes utilizan a diario propiedades pertenecientes y controladas por la ciudad, como edificios escolares, centros de recreación, bibliotecas y casetas de paradas de autobús.

"Prohibir los anuncios de bebidas alcohólicas en las carteleras propiedad de la Ciudad es la opción moralmente y fiscalmente responsable para Los Angeles", dijo el concejal Alarcón. "El consumo de alcohol entre los menores de edad devasta a las familias, destroza vidas y le cuesta a la Ciudad más de un millón de dólares al año en servicios médicos de emergencia. La acción de hoy es un paso adelante en el proceso de reducir el contacto que tienen los jóvenes con los anuncios de bebidas alcohólicas y no hay duda de que prohibir estos anuncios tendrá un impacto positivo en nuestras comunidades".

El Departamento de Salud Pública del Condado de Los Angeles ha recomendado reducir la publicidad de bebidas alcohólicas en espacios públicos y en áreas que los menores suelen ver, como una forma de desalentar el consumo de alcohol entre los menores. El pasado diciembre, UCLA, el Center for Alcohol Marketing to Youth y el Dr. Jonathan Fielding presentaron evidencias claras y convincentes de que la publicidad de bebidas alcohólicas en propiedades de la ciudad alienta el nocivo consumo de alcohol entre la juventud.

"El alcohol es la droga número uno a la que tienen más acceso y más usan los menores, y los estudios de AADAP han notado un vínculo entre el uso de alcohol y los comportamientos sexuales de alto riesgo de nuestros menores y adultos jóvenes", dijo Jeanne Shimatsu, coordinadora de Prevención Comunitaria de AADAP, Inc. "Los anuncios de bebidas alcohólicas recuerdan y refuerzan constantemente falsos mensajes a la juventud que prometen una imagen sexy y fenomenal y aceptación social. Mientras más expuestos estén a la publicidad de las bebidas alcohólicas, más probable es que los jóvenes beban, y si ya beben, les sirve de estímulo para beber más".

En un informe de enero de 2013 titulado [Exposure to Alcohol Advertisements and Teenage Alcohol-Related Problems](#) (Exposición a Anuncios de Bebidas Alcohólicas y Problemas Relacionados con el Alcohol en la Adolescencia), publicado en *Pediatrics* (la Revista Oficial del Journal of the American Academy of Pediatrics), los investigadores concluyeron que *"el contacto con los anuncios de bebidas alcohólicas y la reacción afectiva a esos anuncios influyen a algunos menores a beber más y experimentar problemas relacionados con el consumo de alcohol más adelante en su adolescencia"*. Su estudio observó a 3,890 estudiantes del área de Los Angeles, encuestados una vez al año durante 4 años, desde el grado séptimo hasta el décimo. *"Apoyamos firmemente los esfuerzos por aprobar la ordenanza para prohibir la publicidad de bebidas alcohólicas en propiedades pertenecientes y controladas por la ciudad para proteger la salud y la seguridad de nuestros jóvenes"*, declaró Jerry L. Grenard, Ph.D., profesor adjunto de la Escuela de Salud Global y Comunitaria, Claremont Graduate University, coautor del informe.

"El vínculo entre el alcohol y el comportamiento riesgoso es innegable y muchos de esos comportamientos riesgosos incluyen las armas de fuego", dijo Margot Bennett, MBA, directora ejecutiva de Women Against Gun Violence (Mujeres Contra la Violencia de las Armas, WAGV). *"Los políticos de la Ciudad de Los Angeles apoyan los esfuerzos por reducir la violencia con armas de fuego. Esta iniciativa –eliminar los anuncios de bebidas alcohólicas en propiedades de la ciudad– es algo muy simple. Si nuestros políticos quieren reducir la violencia de las armas, deben separar a nuestra Ciudad de la venta de alcohol"*.

"Veo todo el tiempo a niños de mi edad que se meten en problemas porque consumen alcohol y drogas", declaró Maranda Sessions, del United Coalition East Prevention Project. *"Muchos empiezan a beber porque ven videos y anuncios con raperos y celebridades que se ven fantásticos con sus bebidas"*.

"Quiero dar las gracias a la comunidad por hacer que nos fijemos en este asunto importante", dijo el concejal Mitchell Englander, presidente del Comité de Seguridad Pública. *"Al prohibir los anuncios de bebidas alcohólicas en propiedades de la Ciudad en futuros contratos municipales, hemos dado un paso esencial para que la Ciudad de Los Angeles sea más segura para nuestros niños y familias"*.

En el verano de 2011, la Coalición de Los Angeles para Prohibir el Alcohol en la Propiedad Pública, junto con el concejal Alarcón, lograron ejercer influencia en un contrato de bancos de paradas de autobús que prohibió los anuncios de bebidas alcohólicas en 6,000 bancos de paradas de autobús en la Ciudad de Los Angeles.

Los miembros de la coalición son:

American Indian Movement – WEST
Alcohol Justice
Asian American Drug Abuse Program Inc.
Boyle Heights Stakeholders Association
Boyle Heights Coalition for a Safe & Drug Free Community
California Hispanic Commission on Alcohol and Drug Abuse
Coalition to Ban Billboard Blight
Community Coalition
Institute for Public Strategies
Koreatown Youth & Community Center
Mexican History Foundation
Mothers of East L.A. (MELA)
P3 Partnership for a Positive Pomona
Phoenix House
Pilar of Fire Church
Paso por Paso
Pueblo y Salud
Saving Lives Drug and Alcohol Coalition
Sycamore Grove School
Tarzana Treatment Centers & AWARE Coalition
United Coalition East Prevention Project
Woman's Christian Temperance Union
Women Against Gun Violence
Writers In Treatment

Los que dan apoyo son:

Michael y Kitty Dukakis, ex gobernador y ex primera dama de Massachusetts
Boyle Heights Neighborhood Council
California Council on Alcohol Problems
California Alliance for Retired Americans
Center for Living and Learning
County Alcohol and Drug Program Administrators' Association of California
Crescenta Valley Drug & Alcohol Prevention Coalition
Cri-Help
Day One Pasadena
Monseñor John Moretta
NCADD East San Gabriel & Pomona Valleys
Public Citizen
Resurrection Church Neighborhood Watch – Los Angeles
San Fernando Valley Partnership
Venice Neighborhood Council

Para más información entre en: www.NoAlcoholAds.org

CONTACTO:

Michael Scippa +1-415-548-0492
Jorge Castillo +1-213-840-3336
Rubén Rodríguez +1-818 203-2811

FUENTE Alcohol Justice