



“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados...

Reforma a la Ley 26.687 de Control del tabaco

ARTÍCULO 1º- Objeto. La presente ley tiene por objeto promover el empaquetado neutro de los productos del tabaco a los a los fines de reducir la demanda y consumo en las personas.

ARTÍCULO 2º- Color del empaquetado. Incorporárase como artículo 9º bis de la ley n° 26.687 de “Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco” el siguiente:

ARTÍCULO 9º Bis.- El color del empaquetado de productos elaborados con tabaco será único, uniforme y corresponderá a Pantone 448C con acabado mate, equivalente a RGB 74 65 42. La autoridad de aplicación podrá disponer por períodos no inferiores a dos años, la variación del color.

El requisito establecido en el primer párrafo no será aplicable a los mensajes sanitarios, previstos en el artículo 10º de la presente ley.

ARTÍCULO 3º- Marcas y otros signos distintivos en el empaquetado. Incorporárase como artículo 9º ter de la ley n° 26.687 de “Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco” el siguiente:

ARTÍCULO 9º Ter.- Las marcas de todos los productos elaborados con tabaco se incorporarán al empaquetado en un único y uniforme estilo de letra, tamaño, posición y color. La fuente deberá ser "Lucida Sans", color Pantone Cool Gray 2C, tamaño no superior a 14, sin sombreados u otros elementos sobre agregados, con acabado mate.

ARTÍCULO 4º- Marca comercial. Incorpórase como artículo 9º quater de la ley nº 26.687 de “Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco” el siguiente:

ARTÍCULO 9º Quater.- Cada marca comercial en el empaquetado deberá corresponder a una única presentación de productos elaborados con tabaco, quedando prohibido el empleo de términos, elementos descriptivos, signos figurativos, logos o signos distintivos de otra clase, tales como combinaciones de números o letras que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto es menos nocivo que otros.

ARTÍCULO 5º- Contenido adicional. Incorpórase como artículo 9º quinquies de la ley nº 26.687 de “Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco” el siguiente:

ARTÍCULO 9 Quinquies.- El empaquetado de todos los productos elaborados con tabaco no podrá contener ningún tipo de elemento decorativo, dispositivos que le permitan hacer sonido, incluir en su interior adhesivos y/o material adicional.

ARTÍCULO 6º- Tamaño del mensaje sanitario. Modifícase el artículo 10º de la ley nº 26.687 de “Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco” el cual quedará redactado de la siguiente manera:

ARTÍCULO 10.- Los empaquetados de productos elaborados con tabaco llevarán insertos una imagen y un mensaje sanitario que describa los efectos nocivos del consumo de productos elaborados con tabaco, de conformidad con el listado expuesto en el artículo 7º de la presente, el cual deberá ocupar el 80% (ochenta por ciento) superior de ambas caras principales del empaquetado de productos elaborados con tabaco, y que será actualizado por la autoridad de aplicación con una periodicidad no superior a dos (2) años ni inferior a un (1) año.

ARTÍCULO 7º- Ubicación de la marca. Incorpórase como artículo 11º bis de la ley nº 26.687 de “Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco” el siguiente:

ARTÍCULO 11 Bis.- La marca será incorporada en el empaquetado de productos elaborados con tabaco de manera centrada en el extremo inferior de las dos caras principales.

ARTÍCULO 8º- Cigarrillo. Incorpórase como artículo 14º Bis de la Ley 26.687 de Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco el siguiente:

ARTÍCULO 14 Bis.- El envoltorio del cigarrillo será únicamente de papel blanco liso, por lo que queda prohibido que figure en ellos cualquier clase de logo o cualquier otra característica o elemento de diseño, leyenda, inscripción o escritura. El filtro será de color imitación corcho o blanco, siendo biodegradable y en él no se podrá incorporar ninguna leyenda, inscripción, ni otro elemento que identifique a la marca, así como tampoco podrá incluir ningún elemento decorativo.

ARTÍCULO 9º- Plazo. Las disposiciones de la presente ley comenzarán a regir transcurrido un (1) año desde su entrada en vigencia.

ARTÍCULO 10º- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

**Brenda Lis Austin
Diputada Nacional**

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

La Organización Mundial de la Salud definió a la regulación del envasado y el etiquetado como una de las principales estrategias para la lucha contra el tabaquismo. Hace un tiempo atrás, dicha organización también dedicó el “Día mundial sin tabaco” a promover estrategias de empaquetado neutro de los productos del tabaco. ¿Esto qué implica?

El empaquetado neutro tiene como objeto desprender a los envases de productos con tabaco de aspectos atractivos y promocionales, conservando solo el nombre de la marca, el cual debería aparecer en una fuente, tamaño, color y localización estándar en el envase. La base de color del envase debería ser deslucida poco atractiva con el objeto de disminuir el impacto del marketing a la hora de generar atribuciones positivas hacia sus productos.

Durante este último tiempo son muchos los países que han decidido avanzar prohibiendo la publicidad y el patrocinio de productos de tabaco (nuestro país es un ejemplo de eso), lo que ha llevado a que las estrategias de marketing de las tabacaleras se concentren en el envasado y el etiquetado. El envase no solamente cumple funciones de tipo logístico, sino también que se constituye en un efectivo instrumento comunicacional siendo fundamental para impulsar la decisión de comprar productos de tabaco. Es por esto que la empresas tabacaleras utilizan envases especialmente atractivos para dar la impresión de que contienen un producto inocuo, asociando colores y diseños con circunstancias cotidianas y vivencias positivas. Estas modalidades de diseño contribuyen también a distraer la atención de las advertencias sanitarias legalmente establecidas por Ley 26.687 de control del tabaco.

En respuesta, en 2008, el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) estableció la recomendación de utilizar el envasado neutro con los siguientes objetivos específicos: reducir el atractivo de los productos de tabaco, incrementar la efectividad de las advertencias sanitarias y disminuir la información engañosa, transmitida en las cajetillas, acerca de los efectos sobre la salud. Australia fue el primer país que incorporó el envase neutro a finales de 2012, lo que ha permitido valorar su efectividad en el mundo real y en distintos grupos de fumadores.

Según Stread y otros el envase neutro es considerado menos llamativo y atractivo. Además, se asocia con una peor calidad y sabor del cigarrillo. Respecto al color de la cajetilla, se puede decir que influye sobre las percepciones del consumidor, siendo el color

marrón el que más se asocia a un producto de sabor fuerte y peligroso para la salud. Respecto a los grupos de poblacionales, las personas no fumadoras y las más jóvenes muestran mayor influencia por el envase neutro.

En cuanto a las advertencias sanitarias de las etiquetas, el envase neutro incrementa la atención sobre ellas y su efectividad; efectos condicionados a su vez por el tamaño de las advertencias y su posición en la cajetilla, aunque este efecto es menor que el encontrado sobre el atractivo de la cajetilla. Respecto al valor distintivo de la marca, el envase neutro dificulta la identificación del fumador con esta y transmite una imagen menos positiva de la marca, aspecto muy relevante para la población adolescente, en la que el envase neutro aumenta las percepciones y sentimientos negativos sobre el consumo.

Cabe destacar que en 2015, en el marco de Naciones Unidas se suscribieron los Objetivos de Desarrollo Sostenible. De esos 17 objetivos, uno especialmente aborda la cuestión del tabaquismo, el ODS 3 Salud y Bienestar. Entre las metas propuestas especialmente se destacan en esta materia el “Reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante su prevención y tratamiento, y promover la salud mental y el bienestar”, “Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas” y “Fortalecer la aplicación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco en todos los países, según proceda”.

Entendemos que es fundamental desarrollar una multiplicidad de abordajes para luchar contra el flagelo que genera el tabaquismo en nuestro país. Según información vertida por el Ministerio de Salud, en Argentina fuma el 30% de la población entre 18 y 65 años y esto impacta anualmente en más de 40.000 muertes en nuestro país.

Por estas causas es que con el presente proyecto, se propone incorporar en la Ley 26.687 de “Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco” una nueva serie de criterios regulatorios vinculados al empaquetado que van desde el color de la etiqueta, el tamaño del mensaje sanitario, contenido y ubicación de la marca hasta la composición del envasado individual del cigarrillo. Cabe destacar que para esta iniciativa, se tuvo en cuenta uno de las antecedentes más importantes y cercanos de la región, como es el Decreto 120/2019 de la República Oriental del Uruguay, nación vanguardista en materia de control del tabaco.

Para concluir queremos sostener que los principales efectos del envase neutro se centran en su efecto disuasorio para iniciar el consumo y promover la cesación en las personas fumadoras, al disminuir el atractivo del producto, incrementar la notoriedad de las advertencias sanitarias y proporcionar información realista acerca del riesgo asociado a la conducta de fumar. Otros países han avanzado en el mismo sentido: Francia, Irlanda y el Reino Unido también han aprobado la implementación del envase neutro, y Noruega, Hungría, Suecia, Finlandia, Nueva Zelanda, Singapur, Turquía y Sudáfrica están discutiendo iniciativas al respecto.

El presente proyecto es una representación del Exp. 4524-D-2019.

Es por las razones precedentemente expuestas, y en el convencimiento de que en nuestro país, la introducción del envase neutro podría contribuir a disminuir la prevalencia de tabaquismo y constituir el siguiente paso en el desarrollo de una estrategia global para luchar contra este problema de salud pública, es que solicito a mis pares la aprobación del presente proyecto de ley.

Brenda Lis Austin
Diputada Nacional