

# Proyecto de Ley

*El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, reunidos en Congreso  
sancionan con fuerza de ley.*

## **PROHIBICIÓN TOTAL DE LA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS ELABORADOS CON TABACO Y EMPAQUETADO NEUTRO**

ARTICULO 1°: Sustitúyase el artículo 5° de la ley N° 26.687, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 5°: Prohíbese totalmente la publicidad, promoción y patrocinio de los productos elaborados con tabaco, en forma directa o indirecta, a través de cualquier medio de difusión o comunicación.

Dicha prohibición comprende:

- a. Toda comunicación por medios sonoros, visuales o audiovisuales, a saber: medios impresos como diarios, revistas, folletos, volantes, boletines, cartas, vallas publicitarias, carteles, letreros, televisión y radio, películas cinematográficas, DVD, vídeos y CD, videojuegos o juegos en línea y otras plataformas de comunicación digital como Internet y teléfonos móviles, representaciones teatrales u otros espectáculos en vivo;
- b. la exhibición de marcas, como el uso de los colores o combinaciones de colores asociados a una marca, logotipos o marcas comerciales;
- c. la colocación de máquinas expendedoras de productos de tabaco;
- d. la venta de productos de tabaco por internet;
- e. las extensiones de marcas y uso común de marcas;
- f. la inserción de anuncios de productos como incorporación de un producto, servicio o marca de tabaco, o de una referencia a uno de éstos en un contexto de comunicación a cambio de un pago o de otras consideraciones;
- g. la entrega de regalos o venta de productos a precios reducidos al comprar un producto con tabaco;
- h. la entrega de muestras gratuitas de productos de tabaco conjuntamente con la realización de encuestas de mercado y/o pruebas de degustación;

- i. los incentivos promocionales, planes de fidelización, o entrega de cupones reembolsables a los compradores de productos de tabaco;
- j. la realización de concursos y/o sorteos asociados con productos o marcas de tabaco, independientemente de que requieran o no la compra de un producto de tabaco;
- k. el ofrecimiento directo de material promocional de productos de tabaco, por envío directo por correo, telemarketing, encuestas a consumidores o investigación;
- l. la promoción de productos de tabaco con descuentos;
- m. la venta o entrega de juguetes o golosinas que se asemejan a productos de tabaco;
- n. la venta, suministro, colocación y exhibición de productos de tabaco en establecimientos docentes, lugares de reunión o actos de recepción, deportivos, recreativos, musicales, de danza o sociales.
- o. las acciones que tengan un objetivo promocional o que tengan o puedan tener un efecto promocional;
- p. la promoción de los productos de tabaco y el consumo de tabaco;
- q. las comunicaciones comerciales y las recomendaciones y acciones comerciales;
- r. la contribución de todo tipo a cualquier acto, actividad o individuo;
- s. la publicidad y la promoción de nombres de marcas de tabaco y toda promoción empresarial;
- t. los medios de difusión tradicional prensa, televisión y radio, y toda otra plataforma de medios, con inclusión de Internet, teléfonos móviles y otras nuevas tecnologías.

La presente enumeración no es taxativa.

ARTICULO 2°:Sustitúyase el artículo 6° de la ley N° 26.687, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 6°: Prohíbese totalmente toda exhibición y visibilidad de productos de tabaco en los puntos de venta, incluidos los puntos de venta al por menor, fijos y los vendedores ambulantes. La prohibición se deberá aplicar también en embarcaciones, aviones, puertos y aeropuertos. Sólo se permitirá una enumeración textual de productos y sus respectivos precios, sin elementos promocionales.

ARTICULO 3°:Deróguese el artículo el 7° de la ley N° 26.687.

ARTICULO 4°:Sustitúyase el artículo 9° de la ley N° 26.687, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 9°:Encomiéndese al Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) la fiscalización y verificación del cumplimiento de las disposiciones del presente capítulo por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y radiodifusión, conforme a lo previsto en el artículo 81 inciso j) de la ley 26.522, disponiendo la aplicación de las sanciones que correspondan en caso de infracción, de acuerdo a lo establecido en el Título VI de la misma norma, sin perjuicio de las que correspondan por aplicación de la presente ley.

ARTICULO 5º: Modificase el Capítulo III de la Ley N° 26.687 referido a “Empaquetado de los productos elaborados con tabaco” el cual quedará redactado en los siguientes términos:

Artículo 10: Todos los productos elaborados con tabaco deberán contener menciones uniformes para todas las marcas comerciales con la finalidad de restringir la utilización en el empaquetado de logotipos, colores, imágenes o información promocional que no sean el nombre comercial y el nombre del producto en un color y tipo de letra corrientes. Las superficies internas y externas serán color código “Pantone 448 C con un acabado mate”.

Artículo 11: En todos los casos el empaquetado llevará inserto una imagen y un mensaje sanitario que describa los efectos nocivos del consumo, que será actualizado por la autoridad de aplicación con una periodicidad no superior a dos (2) años ni inferior a un (1) año. Conforme el siguiente listado cuyo texto estará impreso, escrito en forma legible, prominente y proporcional dentro de un rectángulo de fondo blanco con letras negras, que deberá ocupar al menos el setenta y cinco por ciento (75%) de la superficie total del material objeto de publicidad o promoción:

- a. Fumar causa cáncer;
- b. Fumar causa enfisema pulmonar;
- c. Fumar causa adicción;
- d. Fumar causa impotencia sexual;
- e. Fumar causa ACV;
- f. Fumar causa enfermedades cardíacas y respiratorias;
- g. Fumar causa muerte por asfixia;
- h. Fumar quita años de vida;
- i. Fumar puede causar amputación de piernas;
- j. Fumar daña tu economía y la de tu familia;
- k. Fumar causa más de 50 enfermedades mortales.
- l. Fumar te causa epoc;
- m. Fumar causa abortos espontáneos;
- n. Fumar afecta la lactancia;
- o. El humo de tabaco es causa de enfermedad y muerte;
- p. El humo del tabaco enferma a toda tu familia
- q. La mujer embarazada que fuma causa daños irreparables a su hijo;
- r. El tabaco daña el medio ambiente;

En todos los casos se incluirá un pictograma de advertencia sobre el daño que produce el hábito de fumar, el que será establecido para cada mensaje por la autoridad de aplicación de esta ley.

ARTICULO 12: El empaquetado deberá contener la siguiente información y el texto será de color blanco.

- a. mensaje sanitario;
- b. imagen sanitaria;

- c. marca comercial;
- d. variedad del tabaco y producto;
- e. cantidad de unidades o peso contenido en el envase;
- f. datos de fabricación;
- g. código de barras;
- h. información sobre el servicio gratuito para dejar de fumar que suministre la Autoridad de Aplicación;
- i. mensaje ecológico de advertencia sobre riesgo de incendio.

ARTICULO 13°: Se prohíbe las expresiones tales como "light", "suave", "milds", "bajo en contenido de nicotina y alquitrán", o términos similares, así como elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o frases, que tengan el efecto directo o indirecto, de crear la falsa, equívoca o engañosa impresión de que un determinado producto elaborado con tabaco es menos nocivo que otro o que pueda inducir a error con respecto a sus características, efectos para la salud, riesgos o emisiones.

ARTICULO 14°: Prohíbese la colocación o distribución de materiales o envoltorios externos que tengan la finalidad de impedir, reducir, dificultar o diluir la visualización de los mensajes, imágenes o informaciones exigidas por esta ley.

Disposiciones finales

ARTÍCULO 6°. - La presente ley entrará en vigencia a partir de su publicación con excepción del artículo 5° que lo hará 180 (ciento ochenta) días después de su publicación en el Boletín Oficial.

ARTICULO 7°. - El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley dentro de los noventa (90) días de publicada.

ARTICULO 8°. - Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

FIRMANTE

**María Graciela Ocaña**  
**Dina Rezinovsky**

## **FUNDAMENTOS**

Señor Presidente,

El objeto del presente Proyecto de ley es disponer en todo el territorio nacional la prohibición total de la publicidad, patrocinio y promoción de productos elaborados con tabaco y establecer el empaquetado neutro.

Las Naciones Unidas mediante Informe del 1° de noviembre de 2018 recomiendan a la Argentina adoptar medidas de prevención del consumo de tabaco “en especial la prohibición de la publicidad”.

Innumerables investigaciones realizadas en muchos países sobre el impacto que tiene la publicidad de tabaco en los jóvenes es concluyente, una revisión que se realizó en 2003 sobre nueve estudios que involucraron a más de 12.000 jóvenes concluyó que la publicidad y promoción del tabaco aumentan la posibilidad de que los adolescentes comiencen a fumar.

Un estudio realizado en 2004 determinó que el contacto con anuncios publicitarios locales sobre tabaco incrementó la probabilidad de iniciación en el consumo de tabaco entre los jóvenes de 13 y 14 años en España. Otro estudio realizado en EEUU, detalla que la publicidad en los puntos de venta incrementa la probabilidad de iniciación en el consumo de tabaco, por lo tanto, este es un recurso que utiliza la industria tabacalera para incentivar a las personas que fuman a continuar haciéndolo, por otro lado, algunas investigaciones señalan que la exhibición de productos en el punto de venta estimula el impulso de comprar entre los fumadores y las personas que están tratando de dejar de fumar.

La legislación que establece la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco reduce el consumo en toda la población, más allá del nivel de ingreso y del nivel educativo.

En cambio, las restricciones parciales carecen de efectividad para la reducción del consumo, dado que la publicidad que se prohíbe por un canal comunicacional se despliega por otro, por lo que no se logra el efecto buscado, que es la reducción del consumo y la protección de la salud pública.

La industria tabacalera desarrolla masivas campañas de comercialización para promover el consumo de tabaco orientadas a grupos específicos como los jóvenes y las mujeres. Dado que la promoción y el patrocinio incrementan la iniciación del consumo de tabaco, la

prohibición completa de estas formas de comercialización es una de las medidas más eficaces para luchar contra la epidemia del tabaquismo.

A través de la publicidad de sus productos, la industria tabacalera intenta instalar la idea de que el consumo de tabaco es algo habitual y socialmente aceptable. De esta manera, logra debilitar las campañas de salud pública desacreditando las advertencias sobre las consecuencias del tabaco para la salud. Además, la publicidad, la promoción y el patrocinio de productos de tabaco incrementan la iniciación al consumo de tabaco.

Algunas provincias argentinas como Santa Fe, Neuquén, San Luis y La Pampa ya han sancionado leyes que establecen la prohibición completa de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, sin excepciones. Estas medidas son más protectoras que la vigente ley nacional y se adecuan a los máximos estándares internacionales recomendados.

Toda prohibición completa de la publicidad, la promoción y el patrocinio que tenga sentido, debería ser a nivel nacional y garantizando el cumplimiento efectivo de ésta.

De conformidad con el párrafo 1 del artículo 13 del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud, «Las Partes reconocen que una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio reduciría el consumo de productos de tabaco».

Una prohibición de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco resulta eficaz solamente si tiene un alcance amplio. La comunicación mercadotécnica contemporánea tiene un enfoque integrado de la publicidad y la promoción de la compra y la venta de mercancías, y comprende la comercialización directa, las relaciones públicas, la promoción de las ventas, así como métodos mercadotécnicos de venta personal o interactiva en línea. Si se prohíben solamente determinadas formas de publicidad directa del tabaco, la industria tabacalera inevitablemente reorientará sus gastos hacia otras estrategias de publicidad, promoción y patrocinio y recurrirá a modalidades creativas e indirectas de promover los productos de tabaco y el consumo de éstos, especialmente entre los jóvenes.

El empaquetado neutro del presente proyecto, se define en consonancia con las Directrices para la aplicación de los artículos 11 y 13 del Convenio Marco de la OMS, cuyos lineamientos seguimos de modo directo porque más allá que aún la Argentina no la haya ratificado igualmente adoptó sus lineamientos al sancionar la Ley N° 26.687.

Establecer el empaquetado neutro responde a varias finalidades, entre las cuales se puede destacar: reducir el atractivo de los productos de tabaco, suprimir los efectos del empaquetado de los productos de tabaco como una forma de publicidad y promoción, prevenir el uso de técnicas de diseño de los paquetes que puedan sugerir que algunos productos son menos nocivos que otros, y aumentar la vistosidad y eficacia de las advertencias sanitarias.

Siguiendo la tendencia mundial, varios países como Australia, Reino Unido, Francia, Uruguay, Irlanda, Nueva Zelanda y Noruega ya han implementado esta medida, y por tal motivo veríamos muy importante que Argentina incorpore la misma legislación.

Por los fundamentos expuestos solicito a mis pares el acompañamiento del presente proyecto de ley.

FIRMANTE

**María Graciela Ocaña**

**Dina Rezinovsky**

