

(S-0321/09)

Buenos Aires, 02 de Marzo de 2009.-

Señor Presidente
Ing. Julio César C. Cobos
Su Despacho.

Tengo el agrado de dirigirme a usted a los efectos de solicitar la reproducción del Proyecto de Ley de mi autoría: Expediente N° 782-S-07 presentado el 12-04-07; " Prohibición de publicidad de tabaco y cigarrillos."

Sin otro particular lo saludo muy atentamente.-

Adriana Bortolozzi de Bogado

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados,...

Artículo 1º – Prohíbase toda forma directa o indirecta de publicidad, promoción o patrocinio de tabaco, cigarrillos, cigarros u otros productos destinados a fumar.

Artículo 2º – Derógase la ley 23.344 y toda otra ley que se oponga a la presente.

Artículo 3º – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Adriana Bortolozzi de Bogado.

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El presente proyecto es reproducción por el presentado en la Cámara de Diputados expte.0149, en el año 2003, de mi autoría.

El texto de la ley 23.344 constituyó en su momento un importante avance en la lucha contra el tabaquismo y fue un magnífico logro legislativo. Dispuso nada menos que la obligatoriedad de la inscripción "fumar es perjudicial para la salud" en toda publicidad, con especial protección a los niños y jóvenes.

Hoy, con las sutiles técnicas de los publicistas, con el aporte de psicólogos y sociólogos a la publicidad, con esa fina excelencia que llega a lo subliminal, que toca el subconsciente, que manipula los comportamientos, nos planteamos: ¿es actualmente útil el enunciado preventivo?

Sostenemos que, por el contrario esa inscripción “fumar es perjudicial para la salud” es operativa a la publicidad del tabaco. La publicidad identifica el fumar con vivir al límite o la aventura fascinantemente peligrosa, con el riesgo glamoroso con que los jóvenes coquetean con la muerte.

Hace unos años, con artificios publicitarios, se identificaba el tabaco con éxitos en el amor y logros económicos, deportivos y en la jerarquía social. Por ejemplo, los mayores recordamos aquella publicidad de la “marca su nivel”; después se apeló al riesgo. Basta recorrer con la mirada algunas revistas de para ver publicidades en las que una persona se arroja en caída libre entre el excitante verde de las montañas y una caída de agua. En otra imagen alguien salta valientemente en una tabla de esquiar, al vacío, entre montañas nevadas.

Alguna otra imagen es de paracaidistas en caída libre. ¿Acaso no son jóvenes los que pueden realizar estas hazañas? Es cierto que sus rostros no se ven y no se infligiría el texto de la ley 23.344. Además, y en letras muy grandes, esas imágenes de adrenalina y juvenil desenfreno de poner la vida en riesgo se ven coronadas por la legal leyenda “el fumar es perjudicial para la salud. Ley 23.344”.

También es una ironía que en el delantal de un famoso chef televisivo, o en el traje de un exitoso corredor o motonauta, se publicite una marca de cigarrillos, naturalmente sin lugar físico en la anatomía del triunfador de turno de la mención de la inscripción legal, que si hubiese sitio para escribirla sólo reforzaría el mensaje publicitario: tabaco = fama, placer, éxito.

No es una novedad, y es racional, que las tabacaleras actúen con fines comerciales y apunten directamente a los adolescentes para sustituir como consumidores a los adultos que tratan de abandonar los cigarrillos y a los que van falleciendo, muchas veces por causas del tabaquismo.

No sólo tienen la publicidad estas empresas como instrumento para mantener el consumo. Disponen de otras herramientas, como aumentar la nicotina en los cigarrillos para reforzar la adicción. Además, como están en una situación dominante en el mercado, pueden adecuar los precios para mantener los niveles de venta. No se propone este proyecto destruir la industria tabacalera ni la producción

de tabaco de ninguna de las siete provincias de nuestro país, en las cuales constituye una importante fuente de trabajo y un verdadero modo de vida, que conforma también la cultura de esas poblaciones.

Sólo se pretende prohibir la publicidad. La gente seguirá fumando aun sin publicidad, pero será más fácil prevenir gradualmente la adicción al tabaco. Con el tiempo será posible sustituir esas producciones.

La Organización Mundial de la Salud y la Organización Panamericana de la Salud propugnan la prohibición de la publicidad del tabaco.

El Banco Mundial también concluyó que “la prohibición de publicidad y promoción ha probado ser efectiva, pero sólo si es integral, si cubre todos los medios y el uso de todas las marcas y logotipos”.

Ya han prohibido la publicidad y la promoción países como Canadá, Australia, Nueva Zelanda , Sudáfrica, por mencionar algunas naciones.

Se propone una norma que protege el derecho a la salud y no vulnera ningún derecho constitucional. En el caso de aprobarse esta norma, los agricultores seguirán con sus cultivos de tabaco, los secaderos funcionando y los obreros trabajando en las fábricas de cigarrillos.

Simplemente, se habrá dado un paso contra una adicción.

Finalmente, solicito que esta iniciativa legislativa sea tratada conjuntamente con el proyecto de ley del Poder Ejecutivo nacional expte.424 del año 2005, que tiene el objetivo de regular la comercialización de los productos elaborados con tabaco y controlar los efectos que en la salud humana produce su consumo activo y la exposición de las personas al humo del tabaco.

Adriana Bortolozzi de Bogado.