

Decreto 688/2009

VISTO, la Ley Nº 24.788 y el Decreto Nº 149 de fecha 3 de marzo de 2009 y,

CONSIDERANDO:

Que la Ley Nacional de Lucha contra el Alcoholismo Nº 24.788 declaró de interés nacional la lucha contra el consumo excesivo de alcohol, a la vez que impuso restricciones a la venta de bebidas alcohólicas a menores de DIECIOCHO (18) años, a la publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas, y creó el PROGRAMA NACIONAL DE PREVENCIÓN Y LUCHA CONTRA EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL.

Que la ratio de este cuerpo legal, consiste en evitar el incremento del consumo de bebidas alcohólicas, sobre todo en el universo más vulnerable de la sociedad, los menores de edad, disponiendo una serie de medidas orientadas a ese fin.

Que el Poder Ejecutivo Nacional, en ejercicio de las atribuciones conferidas por el artículo 99, inciso 2º, de la CONSTITUCION NACIONAL, aprobó mediante el Decreto Nº 149/09 la reglamentación de la referida norma.

Que, en tanto se trata de un reglamento de ejecución, el Decreto Nº 149/09 no puede contener prohibiciones que vayan más allá de las que establece la ley que reglamenta, debiendo seguir las premisas que de ella emanan.

Que la reglamentación del artículo 5º de la Ley Nº 24.788 ha establecido determinados parámetros respecto de los envases de las bebidas alcohólicas que se comercialicen en el país, en lo atinente a las formas con las que debe figurar la graduación alcohólica y las leyendas "BEBER CON MODERACION" y "PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS", así como su contenido nominal.

Que, asimismo, la reglamentación del artículo 6º de la Ley Nº 24.788, en su primer párrafo, se refiere a la exigencia de que se incluyan las leyendas "BEBER CON MODERACION" y "PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS" en la publicidad en medios audiovisuales.

Que en ambos casos deviene imprescindible aclarar determinadas pautas de la reglamentación, de claro contenido técnico, a los fines de evitar un exceso que desnaturalice los preceptos de la Ley Nº 24.788.

Que, por su parte, el inciso a) del artículo 6º de la Ley en cuestión se refiere a la prohibición de publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas que "...sea dirigida a menores de DIECIOCHO (18) años...". La reglamentación del referido inciso, en consecuencia, debe seguir la misma premisa y, por tanto, se impone la modificación de la redacción establecida por el Decreto Nº 149/09, de manera que resulte patente que lo que la norma prescribe es la prohibición de la publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas que se emitan por medios masivos de comunicación en el horario de protección al menor; en programas cinematográficos; en espectáculos públicos y medios gráficos, en los casos en que los contenidos principales de la programación, película, espectáculo o medio gráfico, respectivamente, estén especialmente dirigidos a menores o público infantil.

Que, finalmente, el inciso c) del artículo 6º de la Ley Nº 24.788 extiende la prohibición a la publicidad o incentivo de consumo, que "...sugiera que el consumo de bebidas alcohólicas mejora el rendimiento físico o intelectual de las personas...".

Que, teniendo en cuenta que la ley claramente se refiere en este punto al mensaje que transmite la publicidad o incentivo de consumo, es decir, a aquellos casos en los que se ligue expresamente el consumo de bebidas alcohólicas a una mejora en el rendimiento físico o intelectual de sus consumidores, cabe precisar los términos de la reglamentación, de manera de evitar interpretaciones y aplicaciones erróneas.

Que han tomado intervención los servicios jurídicos competentes.

Que el presente se dicta en ejercicio de las atribuciones conferidas por el artículo 99, inciso 2, de la CONSTITUCION NACIONAL.

Por ello,

LA PRESIDENTA DE LA NACION ARGENTINA

DECRETA:

Artículo 1º — Sustitúyese el artículo 5º del Anexo I del Decreto Nº 149/2009 por el siguiente:

"ARTICULO 5º.- La graduación alcohólica y las leyendas "BEBER CON MODERACION y PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS", deberán figurar en el envase primario de las bebidas alcohólicas que se comercialicen en el país, debiendo figurar en letras con suficiente relieve y visibilidad **y una altura no inferior a UN MILIMETRO (1 mm)**, de acuerdo a lo dispuesto en las Resoluciones Nros. 43/02 de la ex SECRETARIA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACION Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR y 146/04, apartado 9.2, de la ex SECRETARIA DE COORDINACION TECNICA.

La cantidad nominal del producto contenido deberá respetar las proporciones entre la altura de las letras y los números y de la superficie de la cara principal de acuerdo a la Tabla 1 que como Anexo forma parte integrante del presente artículo. Serán autoridades de aplicación de las normas del presente artículo, en sus respectivas jurisdicciones, el MINISTERIO DE SALUD, a través del INSTITUTO NACIONAL DE ALIMENTOS dependiente de la ADMINISTRACION NACIONAL DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGIA MEDICA y el MINISTERIO DE PRODUCCION a través del INSTITUTO NACIONAL DE VITIVINICULTURA".

Art. 2º — Sustitúyese el artículo 6º del Anexo I del Decreto, Nº 149/2009 por el siguiente:

"ARTICULO 6º.- La publicidad de bebidas alcohólicas en los distintos medios de comunicación masiva (televisivo, cinematográfico, radial, gráfico, etc.) deberá incluir, las leyendas "BEBER CON MODERACION" y "PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS".

En la publicidad en medios audiovisuales estas advertencias deberán estar sobreimpresas al pie de la imagen, **con caracteres tipográficos de una altura igual o mayor al DOS POR CIENTO (2%) de la pantalla utilizada en el respectivo mensaje publicitario**, de manera que permita su lectura por parte del público sin ningún esfuerzo, durante toda la emisión.

Esta sobreimpresión podrá ser reemplazada por una imagen fija con las advertencias en letras blancas sobre fondo negro, que se emita durante un lapso no inferior a CINCO SEGUNDOS (5") como finalización del aviso. **La imagen fija deberá respetar una altura igual mayor al SIETE POR CIENTO (7%) de la superficie de la pantalla utilizada en el respectivo mensaje publicitario.**

Lo relacionado con la publicidad, incluida en señales o programas provenientes del exterior, estará comprendido en la regulación establecida o que se estableciere en materia de difusión de publicidad a través de las señales de televisión por cable o satelital y los mensajes publicitarios que se emitan deberán cumplir con la normativa señalada anteriormente.

La publicidad radial o sonora, en cualquiera de sus modalidades, deberá finalizar con las advertencias "BEBER CON MODERACION" y "ESTA PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS A MENORES DE 18 AÑOS" sin fondo musical. El tiempo de emisión de estas advertencias no se computará a los efectos establecidos en el artículo 71 de la Ley Nº 22.285 y sus modificatorias.

Tratándose de publicidad gráfica, tanto en la vía pública —estática o móvil— como en periódicos, revistas e impresos en general, las leyendas deberán insertarse dentro del espacio destinado al aviso de publicidad, ocupando no menos del TRES POR CIENTO (3%) de la superficie total del aviso o de la fracción del mismo destinada a publicar bebidas alcohólicas cuando estén integradas en un aviso para distintos productos. Esta norma no será aplicable a los materiales y/o elementos destinados a la promoción que realicen, a título gratuito, las empresas productoras y/o comercializadoras, con el objeto de presentar, difundir o consolidar sus marcas en el mercado mediante la utilización de distintos medios de propaganda a través de otros elementos (sombrrillas, mesas, servilletas, vasos, relojes, etc.).

Inciso a) la prohibición alcanza a toda publicidad —directa, indirecta (no tradicional), institucional— o al incentivo de consumo alcohólico en la programación que se emitan por medios masivos de comunicación (radio y televisión) en el horario de protección al menor, **cuando sus contenidos principales estén especialmente dirigidos a menores o a público infantil**; en programas cinematográficos destinados a menores o público infantil; en espectáculos públicos (deportivos, culturales o artísticos) cuyos contenidos principales estén dirigidos a menores o público infantil; y en medios gráficos cuyos contenidos principales estén especialmente dirigidos a público infantil.

Inciso b) La prohibición alcanza a toda publicidad —directa, indirecta (no tradicional), institucional— que se emite por medios masivos de comunicación (radio y televisión) o en programas cinematográficos siendo condición obligatoria para su emisión la presentación de declaración jurada del anunciante certificando la no participación de menores, en roles de bebedores y/o consumidores de alcohol.

Inciso c) la prohibición alcanza a la publicidad o incentivo de consumo que utilice a deportistas; intelectuales; científicos o profesionales notorios; o en general personas de fama o con habilidades especiales, cuando a través de sus dichos o conductas sugieran que el consumo de bebidas alcohólicas mejora el rendimiento físico o intelectual.

Inciso d) SIN REGLAMENTAR

Inciso e) SIN REGLAMENTAR

Serán autoridades de aplicación de las normas del presente artículo, el COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION dependiente de la SECRETARIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, en el ámbito de su competencia definida por la Ley Nº 22.285, el INSTITUTO NACIONAL DE CINE Y ARTES AUDIOVISUALES dependiente de la SECRETARIA DE CULTURA de la PRESIDENCIA DE LA NACION, en el ámbito de su competencia definida por la Ley Nº 17.741 (T.O. 2001) y sus modificatorias y las autoridades jurisdiccionales que correspondieren, en tanto esas jurisdicciones hubieran adherido a la Ley Nº 24.788".

Art. 3º — Comuníquese, publíquese, dése a la DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL y archívese. — FERNANDEZ DE KIRCHNER. — Sergio T. Massa. — Aníbal D. Fernández. — María G. Ocaña.