



*Legislatura de la Ciudad  
Autónoma de Buenos Aires*

## **PROYECTO DE LEY**

LA LEGISLATURA DE LA CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES

SANCIONA CON FUERZA DE LEY

Artículo 1°.- La presente ley tiene por objeto regular la publicidad y promoción de la venta de bebidas alcohólicas en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, a efectos de prevenir y asistir a la población ante las consecuencias negativas de su consumo en exceso.

Artículo 2°.- Son sus finalidades:

- a) promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas;
- b) desalentarlo por parte de personas menores de dieciocho (18) años;
- c) reducir los daños sanitarios y sociales que produce el alcoholismo;
- d) concientizar a la sociedad sobre los efectos disvaliosos de consumir bebidas alcohólicas en exceso;
- e) promover la responsabilidad social de los fabricantes y empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas.

Artículo 3°.- Entiéndase por bebidas alcohólicas cualquiera que contenga alcohol independientemente de su graduación.

Artículo 4°.- Queda prohibida toda publicidad de bebidas alcohólicas a través de anuncios en la vía pública ubicados dentro de un radio menor de doscientos (200) metros alrededor de establecimientos educativos y deportivos. También la realizada en el interior de estadios y otros ámbitos en los que se realicen actividades deportivas y culturales en forma masiva.

Artículo 5°.- En todos los casos, los anuncios de venta de bebidas alcohólicas en la vía pública deben incluir un mensaje sanitario.



*Legislatura de la Ciudad  
Autónoma de Buenos Aires*

Su texto está impreso en forma legible, dentro de un rectángulo de fondo blanco con letras negras, que ocupará al menos el veinte por ciento (20%) de la superficie total del anuncio, con alguna de las siguientes leyendas:

- a) "El consumo excesivo de alcohol es perjudicial para la salud";
- b) "No bebas alcohol durante el embarazo";
- c) "Si vas a conducir no tomes alcohol";
- d) "El alcohol al volante mata";
- e) "El consumo excesivo de alcohol causa cirrosis hepática";
- f) "El consumo excesivo de alcohol causa enfermedades cardiovasculares";
- g) "Tomar alcohol en exceso te acorta la vida".

Artículo 6°.- Queda prohibido todo tipo de patrocinio o financiación de actividades culturales, deportivas o educativas con libre acceso, por parte de empresas o personas cuya actividad principal o más reconocida sea la fabricación, distribución o promoción de bebidas alcohólicas, si ello implica la publicidad de las mismas.

Artículo 7°.- Los medios de comunicación oficiales de la Ciudad de Buenos Aires deben abstenerse de transmitir publicidad de bebidas alcohólicas.

Dentro de su programación deben incluir avisos y contenidos que promuevan el consumo responsable de alcohol y los riesgos que produce que el mismo sea abusivo.

Artículo 8°.- El Poder Ejecutivo, a través de las áreas que correspondan, desarrolla acciones informativas y educativas sobre las consecuencias negativas del consumo en exceso de alcohol y el alcoholismo como adicción.

A tal efecto, promueve la celebración de convenios con organismos nacionales e internacionales, públicos y privados, a efectos de coordinar la realización de campañas destinadas a su prevención y a la mejora de la salud de la población.

Artículo 9°.- Los establecimientos del subsector estatal de salud deben elaborar programas específicos para la prevención, detección precoz, asistencia y tratamiento del alcoholismo.

Artículo 10°.- La violación a la normativa publicitaria establecida en la presente ley, es reprimida con multa de 500 a 12.000 unidades fijas conforme el artículo



*Legislatura de la Ciudad  
Autónoma de Buenos Aires*

19 de la Ley 451, la inhabilitación para realizar actividades publicitarias y, en su caso, la clausura de los locales donde se verifique la infracción.

Artículo 11°.- Comuníquese, etc.



*Legislatura de la Ciudad  
Autónoma de Buenos Aires*

## **FUNDAMENTOS**

Señor Presidente:

El consumo excesivo de bebidas alcohólicas es una problemática compleja que, en términos sanitarios y sociales, tiene terribles consecuencias negativas y que se agrava día a día, afectando la salud y la vida de cada vez más personas, sobre todo jóvenes.

Según el Informe Mundial de Situación sobre Alcohol y Salud del 2014, que difunde la Organización Mundial de la Salud a través de su web oficial, cada año mueren en el mundo alrededor de 3,3 millones de personas por el consumo nocivo de alcohol, lo que representa un 5,9% del total de las defunciones. Se estima que, en la franja etaria que va entre los veinte y los treinta y nueve años, un 25% de las muertes son atribuibles a esa causa.

El mismo informe da cuenta que el uso nocivo de alcohol es un factor causal de más de doscientas enfermedades y distintos trastornos mentales y de comportamiento, incluidos el alcoholismo, la cirrosis hepática, algunos tipos de cáncer y padecimientos cardiovasculares.

Además, el consumo de alcohol por parte de mujeres embarazadas puede provocar el síndrome alcohólico fetal y complicaciones prenatales.

A ese cuadro corresponde sumar los traumatismos que, sean o no intencionados, resultan de accidentes de tránsito, actos de violencia y suicidios. También las importantes pérdidas sociales y económicas que provoca el alcoholismo tanto para las personas que lo sufren como para el conjunto de la sociedad.

El consumo nocivo de bebidas alcohólicas impacta en las personas y las comunidades de diferentes maneras, en razón del volumen consumido, los hábitos de consumo y, en raras ocasiones, la calidad del alcohol.

De acuerdo a datos correspondientes al 2010 de la misma OMS, la región de las Américas ocupa el segundo lugar en consumo más alto de alcohol per cápita después de Europa, y la segunda tasa más alta de consumo episódico de alcohol, también asociado con efectos nocivos para la salud.



*Legislatura de la Ciudad  
Autónoma de Buenos Aires*

El ranking en América Latina lo lidera Chile con un consumo anual per cápita de 9,6 litros de alcohol y nuestro país se ubica en segundo lugar con 9,3 litros, 13,6 entre los varones y 5,2 para las mujeres.

La Ciudad de Buenos Aires está lejos de ser una excepción a ese preocupante escenario general. Un trabajo del Ministerio de Salud de la Nación publicado en el 2011 con datos de años anteriores sobre el consumo de alcohol en la Argentina, mostraba que en nuestro distrito, la prevalencia de consumo de alcohol episódico excesivo era del 9,5% y la prevalencia de consumo de riesgo era del 12,6%, sólo superado por Santa Fe con el 13,7%.

Además, se trata de un flagelo que crece particularmente entre los jóvenes. La encuesta nacional a estudiantes secundarios realizada por el Sedronar plantea que en la década que va desde el 2001 al 2011, el abuso de alcohol entre los integrantes de esa población se incrementó en un 113%.

En el mismo sentido, relevamientos propios de las autoridades porteñas difundidos a través de notas periodísticas, concluyen que las bebidas que prefieren son la cerveza, los destilados y el vino, que asocian el consumo de alcohol con el ocio y lo consideran como un facilitador de las relaciones.

Sin dudas, esta última es una percepción que contribuyen a generar los mensajes transmitidos a través de los anuncios publicitarios y los medios de comunicación.

La publicidad apunta a generar necesidades allí donde no las hay y trabaja implícitamente en el inconsciente colectivo presentando como equivalentes el "no tener" el bien que se quiere vender, con la idea de "no pertenecer". Las inseguridades propias del proceso de maduración y el ansia de ser parte de un grupo de pertenencia que tienen los jóvenes, son un caldo de cultivo propicio.

El contenido publicitario suele asociar el erotismo y la sexualidad, el deseo de libertad, el éxito profesional, la mejora del rendimiento físico o mental y la capacidad de socializar, con el consumo de bebidas alcohólicas. Lo ejemplifican campañas de marcas reconocidas que envían mensajes ambiguos y confusos: "Lo que importa es la cerveza", es decir tomar alcohol y los encuentros solo tienen "sabor" si en ellos se consume una determinada marca de esa bebida.



*Legislatura de la Ciudad  
Autónoma de Buenos Aires*

El impacto de las imágenes y los valores que transmiten terminan generando una legitimación social del hábito de beber alcohol, aunque sea de manera desmedida, al extremo de calificar el éxito de una reunión social de acuerdo a la cantidad de alcohol disponible y considerar cómicas o pintorescas a las personas alcoholizadas en ese marco.

A fines de la década del '90, en nuestro país se sancionó la Ley 24.788 de lucha contra el alcoholismo que, entre otras medidas, prohibió el expendio de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años, dispuso la creación de un programa nacional e incluyó algunas disposiciones tendientes a limitar la publicidad de estos productos en todo el territorio nacional.

La iniciativa que presentamos viene a complementar y extender los alcances de ese marco, estableciendo restricciones más exhaustivas a la publicidad y promoción de bebidas alcohólicas en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, asumiéndola como un componente preponderante para el fomento de su consumo desmedido.

Por otra parte y en sintonía con lo dispuesto por otras normas locales como la Ley 1.723 de prevención y protección de menores que sufren el alcoholismo y la Ley 3.361 de regulación de la comercialización de bebidas alcohólicas, el proyecto promueve el desempeño de un rol estatal mucho más activo en la concientización, prevención y atención sanitaria de esta grave problemática social.

Creemos que de esta forma, estamos haciéndonos eco de los acuerdos asumidos por los Estados en el ámbito de la Organización Mundial de la Salud, a efectos de reducir el uso nocivo del alcohol por parte de sus poblaciones, a través de políticas e intervenciones de base científica que puedan proteger la salud y salvar vidas.

Entre las principales medidas que los gobiernos están llamados a adoptar, se destacan las referidas al liderazgo, la concienciación y el compromiso; la acción comunitaria; la prohibición de la conducción de vehículos bajo los efectos del alcohol y la limitación a la comercialización y promoción de las bebidas alcohólicas.

Tales premisas recogen las inquietudes de distintos expertos en la materia que sostienen la necesidad de un mayor hacer para proteger a las sociedades de las consecuencias negativas que tiene el consumo de alcohol



*Legislatura de la Ciudad  
Autónoma de Buenos Aires*

para la salud<sup>1</sup> y que llaman la atención acerca de cómo los productores de bebidas alcohólicas están ejerciendo una creciente influencia en las políticas públicas de nuestra región, a través del patrocinio de la industria de la investigación o en el desarrollo de políticas, “demorando la adopción de las medidas más costo-efectivas”<sup>2</sup>.

Por todo lo expuesto y con la vista puesta en hacer efectivo el mandato constitucional que obliga al Estado de la Ciudad de Buenos Aires a garantizar el derecho a la salud integral, es que solicitamos la aprobación del presente proyecto.

---

<sup>1</sup>Chestnov, Oleg. Subdirector General para Enfermedades no Transmisibles y Salud Mental de la Organización Mundial de la Salud.

<sup>2</sup>Monteiro, Maristela. Asesora de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), en materia de abuso de alcohol y sustancias.