REPUBLICA DE COLOMBIA

GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CAMARA

(Artículo 36, Ley 5a. de 1992)

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA - IVSTITIA ET LITTERAE

ISSN 0123-9066

AÑO IX - Nº 323 | Santa Fe de Bogotá, D. C., lunes 14 de agosto de 2000 | EDICION DE 12 PAGINAS

DIRECTORES: MANUEL ENRIQUEZ ROSERO, SECRETARIO GENERAL DEL SENADO — ANGELINO LIZCANO RIVERA, SECRETARIO GENERAL DE LA CAMARA

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PUBLICO

SENADO DE LA REPUBLICA

PROYECTOS DE LEY

PROYECTO DE LEY NUMERO 53 DE 2000 SENADO

por medio de la cual se modifican parcialmente la Ley 14 de 1991, la Ley 182 de 1995 y la Ley 335 de 1996, y se establecen normas para la operación, programación y explotación de los canales regionales de televisión, y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de la República,

DECRETA:

CAPITULO I

Naturaleza jurídica, objeto y funciones

Artículo 1°. *Del Sistema Nacional de Organizaciones Regionales de Televisión*. Por medio de la presente ley se crea el Sistema Nacional de Organizaciones Regionales de Televisión, el cual estará integrado por los actuales canales regionales de televisión y por los que se constituyan en el futuro hasta cubrir la totalidad del territorio nacional.

Artículo 2°. *Naturaleza jurídica*. Las Organizaciones Regionales de Televisión o Canales Regionales son sociedades entre entidades pública, organizadas como empresas industriales y comerciales del Estado del orden nacional o departamental, según lo determine cada junta administradora regional en su estatuto.

La CNTV ejercerá control de tutela sobre las organizaciones regionales de televisión, para garantizar el desarrollo de las políticas definidas por esa entidad y por la ley.

Artículo 3°. *Objeto*. Las organizaciones regionales de televisión son empresas industriales y comerciales del Estado, del orden departamental, encargadas de prestar y explotar el servicio público de televisión en el nivel regional, en virtud de autorización directa de la Comisión Nacional de Televisión y por solicitud expresa de la sociedad interesada, previo el lleno de los requisitos exigidos, para promover la cultura de la región y su desarrollo social, económico y político.

En su calidad de empresas, industriales y comerciales del Estado, las organizaciones regionales de televisión podrán prestar otros servicios de telecomunicaciones para los cuales hayan sido autorizados mediante licencia otorgada por autoridad competente.

Artículo 4°. *Funciones*. En desarrollo de su objeto, las organizaciones regionales de televisión cumplirán las siguientes funciones:

a) Emitir la señal de televisión originada por la misma organización regional;

b) Retransmitir la señal de televisión originada por otras organizaciones regionales;

c) Transmitir la señal en la frecuencia asignada por la CNTV y sobre el área de cubrimiento autorizada;

d) Programar el canal con producciones de carácter informativo, formativo, cultural y recreativo, con énfasis en temas y contenidos de origen regional, orientada al desarrollo social y cultural de la respectiva comunidad;

e) Comercializar el servicio de televisión en los términos de la presente ley;

f) Celebrar licitaciones públicas para adjudicar contratos de producción o coproducción.

Artículo 5°. *Conformación de nuevos canales regionales*. A partir de la vigencia de la presente ley, podrán solicitar autorización a la CNTV para fundar canales regionales aquellas sociedades compuestas al menos por tres departamentos contiguos o en su nombre por entidades descentralizadas del orden departamental, o empresas estatales de telecomunicaciones de cualquier orden, o del Distrito Capital, o entidades descentralizadas del orden distrital. Los municipios o sus entidades descentralizadas también podrán participar como socios de estos canales.

CAPITULO II

La programación

Artículo 6°. *Contenido de la programación*. Los canales regionales tienen el carácter de televisión pública y por tanto su programación debe fundamentarse en la pluralidad de puntos de vista, versar sobre los temas propios de la cultura y la actualidad de la región o de otras regiones, y darle participación de al menos media hora semanal a cada uno de los diferentes grupos étnicos y minorías con asiento en su territorio.

Artículo 7°. *Origen de la programación*. El Sistema Nacional de Organizaciones Regionales de Televisión originará una única señal de televisión en las condiciones que lo establezca la Comisión Nacional

de Televisión, la cual será retransmitida en cada territorio por los canales regionales. Por lo menos el cincuenta por ciento de la programación contenida por esta señal única debe ser de producción nacional, entendiéndose por tal aquella que sea realizada por personal artístico y técnico colombiano en cualquier parte del territorio nacional.

Los canales regionales, de acuerdo con las necesidades informativas, educativas y culturales particulares de cada región, y consultando las condiciones económicas, podrá desencadenarse por el tiempo que determine la Junta Administradora para generar su propia programación.

Parágrafo. La franja calificada como Triple A para efectos comerciales en los canales regionales deberá estar programada con programación de producción propia, realizada directamente por el canal o contratada con terceros. Esa franja no podrá ser inferior a tres (3) horas diarias y estará comprendida entre las 19:00 y las 22:00

Artículo 8°. *Repetición de la programación*. Excepto la información noticiosa o aquella que se encuentre debidamente identificada como publicitaria, los programas no podrán ser repetidos más de tres (3) veces en un mismo año.

Artículo 9°. *Programación de producción propia*. Con el fin de cumplir las cuotas de programación de producción propia establecidas en la presente ley, los canales regionales la contratarán mediante licitación pública con productoras constituidas en la región o que se encuentren radicadas allí con una antigüedad no menor a tres (3) años. En todo caso, el canal regional es el titular de los espacios, el programador y comercializador, y por tanto podrá modificar las horas y días en que se emiten los programas. Las productoras tendrán el carácter de proveedoras de contenidos.

Artículo 10. *Contratación de la programación*. Los canales regionales serán los únicos responsables de determinar su programación, la cual debe desarrollar las políticas generales trazadas por la presente ley y por la CNTV.

Los contratos de programación serán de tres modalidades:

a) *De producción*. El canal regional contrata por un monto determinado la realización de uno o varios programas con una productora de televisión. La propiedad y los derechos patrimoniales sobre este material son del canal regional;

b) *De coproducción*. El canal regional aporta a un proyecto el espacio, la emisión y una parte de los recursos, o cualquiera de los anteriores, y la productora asociada aporta equipos, talento, parte de los recursos, o cualquiera de los anteriores, y hace la realización. Los derechos patrimoniales son proporcionales a los insumos aportados;

c) *Adquisición derechos de emisión*. El canal regional adquiere el derecho a emitir el número de veces que sea pactado, un programa de televisión que ha sido previamente producido por persona natural o jurídica, nacional, regional o extranjera. La propiedad patrimonial y moral, y los derechos sobre este material son del productor.

Los actos y contratos de los canales regionales en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social, se regirán por las normas del derecho privado.

Parágrafo. Anualmente la Comisión Nacional de Televisión contratará con una firma de reconocida trayectoria la realización de un estudio cualitativo para evaluar la satisfacción de los televidentes y el cumplimiento de metas por parte del Sistema Nacional de Organizaciones Regionales de Televisión, con el fin de hacer los ajustes necesarios a la programación.

Artículo 11. *Encadenamiento*. Las organizaciones regionales de televisión podrán encadenarse entre sí, sin necesidad de autorización alguna, hasta por el setenta (70) por ciento de sus horas de programación diaria en franja distinta del Triple A, para transmitir una misma programación, siempre y cuando ésta sea de producción propia de alguna organización regional y sea originada por una de ellas.

CAPITULO III

Comercialización publicitaria

Artículo 12. *Comercialización*. Los canales regionales comercializarán directamente la programación o podrán contratar este servicio con empresas especializadas. En todo caso el canal es responsable de que la publicidad no condicione los contenidos, la calidad de los programas o sus horarios de emisión.

La comercialización a que se refiere este artículo se realizará bajo las mismas normas y condiciones generales que estén vigentes para los canales privados de cubrimiento nacional.

Parágrafo. Para dinamizar la industria y el comercio regional y local, la producción de los comerciales de empresas constituidas en el área de cubrimiento del canal o que desarrollen allí su actividad básica será asumida por el canal, siempre y cuando el anunciante contrate pauta publicitaria con el canal por un monto que supere el costo estimado de producción del comercial a precios del mercado.

Las juntas administradoras de los canales regionales podrán establecer otros estímulos adicionales, a partir del estudio de las particularidades de cada región.

CAPITULO IV

Organos de dirección y administración

Artículo 13. *Dirección de canales regionales*. Los canales regionales estarán dirigidos por los siguientes organismos:

a) *Junta administradora regional*. Es el máximo órgano rector del canal regional en cada región y para todos los efectos tendrá el carácter de junta de socios;

b) *Director de contenido*s. Es el responsable de desarrollar las políticas de programación trazadas por la ley, por la CNTV y por la junta administradora regional;

c) *Gerente administrativo*. Es el responsable de la organización y administración del canal regional.

Artículo 14. *Requisitos para ser director de un canal regional*. Para ser director de un canal regional se requieren los siguientes requisitos:

a) Ser ciudadano colombiano y tener más de 30 años de edad;

b) Ser profesional en el área de la comunicación; o de cualquier otra disciplina y demostrar experiencia directa de más de 10 años en cargos directivos en el sector de los medios de comunicación.

Artículo 15. *Composición de las juntas administradoras regionales.* Estarán integradas por las siguientes personas:

a) Un delegado de cada una de las entidades que participen como socias del canal;

b) El Director de Contenidos del canal;

c) El gerente administrativo del canal;

d) Un delegado escogido por las productoras de televisión que tengan contratos vigentes con el canal o lo hayan tenido en el año inmediatamente anterior.

Artículo 16. *Funciones de las juntas administradoras*. Son funciones de las juntas administradoras regionales las siguientes:

1. Adoptar los estatutos de la entidad.

2. Nombrar y remover al gerente de la entidad.

3. Seleccionar por concurso al Director de Contenidos y removerlo.

4. Adjudicar anualmente en licitación pública los contratos de producción o coproducción de programas.

5. Autorizar el ingreso de nuevos socios.

6. Aprobar los informes financieros que debe rendir el gerente.

7. Aprobar el presupuesto anual de la entidad sus modificaciones.

8. Las demás que les señalen la ley y los estatutos.

Artículo 17. *Comité de programación de los canales regionales.* Es un órgano asesor de la junta administradora regional del Director de Contenidos del canal regional para el diseño de la parrilla de programación, el estudio de propuestas de programación y en el seguimiento y control a la calidad de la programación.

El Comité de Programa estará conformado por:

a) Un (1) designado del Ministerio de Cultura escogido entre personalidades de la región vinculadas a la cultura;

b) Un (1) delegado de la secretaría departamental de educación;

c) El Director de Contenido del canal regional;

d) Dos (2) representantes del talento vinculados a la producción de televisión de la región escogidos por sorteo entre los candidatos presentados *motu propio* y que demuestren experiencia de más de diez (10) años en el sector de los medios de comunicación.

Artículo 18. *Derogatorias.* La presente ley deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Artículo 19. *Vigencia*. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación.

Alfonso Lizarazo Sánchez,
Senador.

EXPOSICION DE MOTIVOS

Uno de los avances de mayor trascendencia en la historia de la televisión nacional, en términos del desarrollo social, político y económico, han sido los canales regionales, cuya creación, hace 15 años, le ha permitido a los colombianos reconocerse como un país de regiones que encuentra precisamente en su diversidad cultural una de las claves de su identidad.

Hasta entonces toda la televisión era nacional. Se hacía desde Bogotá y en el mejor de los casos reflejaba una mirada centralizada del país. Ni los temas ni las estéticas regionales encontraban un lugar suficiente en la televisión, que por ser nacional y hecha en su totalidad en Bogotá, no reflejaba adecuadamente ni a la capital ni al resto del país.

Tampoco el comercio ni la industria regional y local tenían cómo acceder a la televisión. tanto porque los costos de los canales nacionales eran demasiado elevados para la pequeña y mediana empresa como porque la cobertura geográfica de estos canales sobrepasaba el área de interés de ese anunciante, haciéndolo incurrir en costos innecesarios.

En Colombia, la televisión ha sido planteada por la legislación como un servicio público que puede ser prestado por los particulares, con ánimo de lucro. A esta se le conoce como televisión comercial. 0 puede también ser prestado directamente por el Estado, sin ánimo de lucro, para llenar los vacíos de contenido que resultaren del ejercicio puramente comercial y para garantizar la pluralidad la diversidad y el acceso democrático de las minorías al medio de comunicación más importante. A este pertenecen Señal Colombia y los canales regionales.

También se clasifica la televisión por niveles, según el área de cubrimiento y los canales deben responder a los requerimientos de su audiencia. Es así como la televisión internacional trae al país información del exterior, con los temas, los enfoques y las prioridades de quien origina la señal; las señales de los canales nacionales, abordan asuntos de interés para toda la nación; las señales regionales deben informar prioritariamente sobre los asuntos propios de esa región; igual, los canales locales, y así sucesivamente.

Los canales regionales tienen entonces un carácter doble, como TV pública y como TV regional. Esta doble condición exige un marco regulatorio específico que los promueva, fortalezca y los haga competitivos, pero que a la vez los entienda como columna vertebral del desarrollo de sus regiones.

El presente proyecto de ley tiene como objetivo dotar a la televisión regional de una serie de mecanismos y recursos que permitan su desempeño óptimo en un mercado de competencia y que haga viable el cumplimiento pleno de las funciones que le corresponden como piezas del desarrollo de las regiones colombianas.

La televisión regional, creada por la Ley 42 de 1985, ha sido desde entonces un factor importante en la dinamización de la cultura y la economía de las regiones.

En la actualidad la televisión regional consta de ocho (8) canales los cuales cubren casi la totalidad del territorio nacional. O sea que en su conjunto tienen un alcance similar al de los canales nacionales. No obstante su incuestionable importancia, no existe una normatividad acorde con su compromiso legal y filosófico, y que a la vez les dé herramientas para desempeñarse en un mercado altamente competitivo.

La poca claridad que tienen los canales regionales en cuanto a su función, ha llevado a que la mayoría de las veces actúen como simples réplicas de los esquemas de producción, comercialización y programación de los canales comerciales nacionales, desconociendo las obligaciones para con la pluralidad, la diversidad cultural, los grupos minoritarios y la cultura regional que les impone el tener carácter de televisión pública. Estos canales en realidad se comportan como televisión pública para acceder a recursos del Estado, más no para cumplir una función.

Esta situación, conocida de tiempo atrás por todos y ratificada por un estudio realizado en 1999 para la Comisión Nacional de Televisión, en el que se evalúan los distintos indicadores de gestión de estos canales, hace necesaria la intervención del Congreso de la República para definir un marco legal mucho más completo y moderno, que le garantice al país que los dineros del Estado transferidos a la televisión pública sean bien invertidos y la existencia de unos canales regionales competitivos y eficientes. Entendiendo por eficiencia el cumplimiento de las metas y de unos fines y principios establecidos de antemano.

Con este fin se plantean y desarrollan las siguientes políticas en los frentes de la programación, la comercialización y la administración:

Agilidad en la operación

Partiendo del principio de igualdad ante la ley, pero respetando las características particulares de la televisión del nivel regional, se establecen las condiciones para que los canales regionales puedan operar con la agilidad, la autonomía y la libertad de que disponen hoy los canales privados.

Para ello se prevé que estos canales sean los operadores, comercializadores y programadores del servicio que prestan, y se elimina la posibilidad de que a través de la figura de los contratos de cesión de derecho de emisión acaben adjudicando espacios, lo que le resta capacidad de respuesta ante los movimientos de programación de los otros canales.

A cambio se establece que el canal regional conserve la titularidad de los espacios y que contrate la producción de programas con productoras de la región o que la asuma directamente. De esta manera, gana autonomía y flexibilidad en el diseño de su parrilla de programación al no comprometer espacios ni horarios con los contratistas.

Comercialización

De igual manera, teniendo en cuenta que la comercialización publicitaria regional requiere de un singular esfuerzo de ventas y una especialización para poder ampliar la base y colonizar un mercado de anunciantes, en adelante esta actividad será realizada directamente por cada canal, para lo cual podrá apoyarse o contratar la asesoría de comercializadoras ya establecidas.

La comercialización se amplía a diez (10) minutos de comerciales por cada media hora como fórmula para bajar el costo del espacio publicitario y facilitar el acceso a este medio de la mediana y pequeña empresa de la región.

Con igual propósito se determina una política para el abaratamiento del ejercicio publicitario regional mediante la cual el canal regional le aporta al anunciante la producción de su comercial, siempre y cuando el cliente paute ese comercial por lo menos por un valor equivalente al costo de producción de dicho comercial.

Señal básica de televisión

De otra parte, se crea el Sistema Nacional de Organizaciones Regionales de Televisión que será una red integrada por los canales regionales. Para aliviar los costos de programación, este sistema originará una señal básica que enlazará a todos los canales regionales en tiempos distintos del Triple A. Sin embargo, cada canal, por determinación de su junta administradora, es libre de desencadenarse para ampliar la transmisión de programas de producción propia, siempre y cuando las condiciones económicas de la región garanticen la adecuada financiación de esos horarios.

Estímulo a productoras regionales

Para crear industria de televisión en cada región y generar desarrollo y empleo, las productoras que realicen programación para la televisión regional deben estar constituidas legalmente en la región o encontrarse radicadas allí con una antigüedad no inferior a cinco años.

Organos de dirección

Para garantizar el buen funcionamiento de la televisión regional, y buscando cualificar su administración, se propone la especialización de sus órganos de dirección. De tal manera, se crean la Dirección de Contenidos y la Gerencia Administrativa, las cuales responderán por materias específicas del canal y que reportarán a la junta administradora regional. Igualmente, se exigen calidades y requisitos para ser nombrado Director de Contenido de los canales.

Alfonso Lizarazo Sánchez.

SENADO DE LA REPUBLICA

SECRETARIA GENERAL

Tramitación de Leyes

Santa Fe de Bogotá, D. C., 10 de agosto de 2000

Señor Presidente:

Con el fin de que se proceda a repartir el Proyecto de ley número 53 de 2000 Senado, "por medio de la cual se modifican parcialmente la Ley 14 de 1991, la Ley 182 de 1995 y la Ley 335 de 1996, y se establecen normas para la operación, programación y explotación de los canales regionales de televisión, y se dictan otras disposiciones", me permito pasar a su despacho el expediente de la mencionada iniciativa que fue presentada en el día de hoy ante Secretaría General. La materia de que trata el mencionado proyecto de ley es competencia de la Comisión Sexta Constitucional Permanente.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Manuel Enríquez Rosero.

PRESIDENCIA DEL HONORABLE SENADO
DE LA REPUBLICA

Santa Fe de Bogotá, D. C., 10 de agosto de 2000

De conformidad con el informe de Secretaría General, dése por repartido el proyecto de ley de la referencia a la Comisión Sexta, copia del mismo a la Imprenta Nacional con el fin de que sea publicado en la ***Gaceta del Congreso***.

Cúmplase.

El Presidente del honorable Senado de la República,

Mario Uribe Escobar.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Manuel Enríquez Rosero.

PROYECTO DE LEY NUMERO 55 DE 2000 SENADO

por la cual se protege la salud mediante acciones destinadas al control, consumo, venta y publicidad de los cigarrillos, tabaco y sus derivados.

CAPITULO I

Principios generales y prohibiciones

Artículo 1°. *Objeto*. El objeto de la presente ley es regular la producción, identificación, consumo, venta, publicidad y promoción de los cigarrillos, tabaco y sus derivados, con el propósito de defender y proteger la salud de los ciudadanos de los riesgos y daños causados por el tabaquismo, en especial en las capas de niños y jóvenes de la población.

Artículo 2°. *Definiciones*. Para los efectos de las disposiciones de la presente ley se considera:

a) *Tabaco*. Las hojas, venas y tallos de las plantas "Nicotiana Tabacum" y "Nicotiana Rústica" y sus sucedáneos, en su forma natural o curadas o preparadas para diferentes usos, tales como aquellas preparaciones utilizadas para la fabricación de tabacos, cigarros, cigarrillos, picaduras para pipas y cualquier otro subproducto de estas plantas dañinas para la salud, que contenga nicotina como sustancia activa;

b) *Tabaquismo*. La intoxicación crónica producida por el consumo del tabaco en cualquiera de sus presentaciones relacionadas en el literal a) del presente artículo;

c) *Nicotina*. Sustancia activa del tabaco, tal y como se le define en el literal a) del presente artículo, siendo la nicotina la droga que genera y causa adicción y que tanto en el proceso farmacológico como del comportamiento, determina adicción al tabaco, similar a aquellas substancias que determinan adicción a la heroína y a la cocaína;

d) *Daños al medio ambiente*. Son los problemas de contaminación ambiental generados por el humo del tabaco en las áreas definidas en el artículo 3° de la presente ley;

e) *Reglamento*: el conjunto de disposiciones que expida el Presidente de la República, el Ministerio de Salud u otra autoridad competente, según la materia, para desarrollar y poner en marcha el conjunto de disposiciones de la presente ley.

Artículo 3°. *Prohibición al consumo*. Prohíbese el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, en los lugares señalados en el presente artículo, con excepción de las áreas de fumadores:

a) Estadios, coliseos cubiertos, salas de cine, teatros, museos, bibliotecas y cualquier otro recinto con acceso al público dedicado a actividades culturales o deportivas;

b) Vehículos de transporte público terrestres, marítimos, fluviales y aéreos;

c) Colegios, escuelas y demás centros de enseñanza a menores de edad;

d) Centros de educación intermedia, superior, universidades y demás centros de enseñanza de nivel postsecundario;

e) Entidades públicas y privadas destinadas para cualquier tipo de actividad industrial, comercial o de servicios, incluidas sus áreas de atención al público y salas de espera;

f) Restaurantes, cafeterías, supermercados y demás establecimientos donde se manipulen o expendan alimentos;

g) Ambientes intramurales de trabajo, incluyendo oficinas, fábricas y minas;

h) Guarderías, hogares comunitarios, ancianatos y otros establecimientos o instituciones destinados a velar por la infancia, los ancianos o minusválidos;

i) Areas de acceso a edificios o conjuntos residenciales y ascensores;

j) Areas en donde los cigarrillos, tabacos, pipas o cualquier otra forma de consumir el tabaco crean un alto riesgo de combustión por la

presencia de materiales inflamables, tal como estaciones de gasolina, sitios de almacenamiento de combustibles o materiales explosivos o similares;

k) Todo lugar donde se presente afluencia masiva de personas como puertos, aeropuertos, terminales de transporte, centros comerciales o similares;

l) Cuarteles, estaciones y cualquier otro establecimiento de alojamiento, permanente o transitorio, así como instalaciones de las fuerzas militares y de policía, cualquiera que sea su destinación o utilización, así como los vehículos afectos para el uso de estas fuerzas.

Parágrafo 1°. *Causales de agravación.* Será causal de agravación, infringir la prohibición establecida en el presente articulo, mediante el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados en las entidades públicas y privadas del sector salud, como hospitales, clínicas, centros o puestos de salud, consultorios médicos y odontológicos y demás profesiones de la salud, incluyendo las salas de espera y las oficinas de tales entidades, incluidas las correspondientes a las instalaciones de salud de las fuerzas militares y de policía.

En este caso, a más de las sanciones imponibles en los términos de lo dispuesto por las normas previstas en el Capítulo IV de la presente ley, se impondrá al infractor la sanción de: multa consistente en un (1) salario mínimo legal mensual vigente por la primera vez; y hasta tres (3) salarios mínimos legales mensuales vigentes en caso de reincidencia, si esta se produce dentro de los tres (3) meses siguientes, convertibles en arresto, de un (1) día por cada salario mínimo legal mensual vigente dejado de cancelar dentro de los términos previstos en el Código Nacional de Policía. Si el infractor es servidor público se hará acreedor a las sanciones disciplinarias previstas en la Ley 200 de 1995.

Parágrafo 2°. *Areas para fumadores*. Las entidades mencionadas en los literales d), e), f), g), k) y l) del presente artículo, podrán, dedicar una o más áreas para fumadores, siempre y cuando tales áreas sean espacios aislados, en los cuales no se afecte a personas no fumadoras, incluidos los menores de edad y en las cuales no haya atención al público, asegurando en todo caso una ventilación adecuada y permanente.

En ningún caso se habilitarán tales áreas en escenarios deportivos, áreas de circulación o acceso, aulas, laboratorios, salas de conferencias o de reuniones académicas o bibliotecas. La selección y acondicionamiento de tales áreas se someterán a las disposiciones que sobre el particular expida el Ministerio de Salud.

Artículo 4°. *Avisos*. En todos los sitios enumerados en el artículo 3° de la presente ley se fijarán en lugares visibles, avisos o símbolos que expresen la prohibición de fumar, los cuales deberán hacer mención expresa a la presente ley.

Artículo 5°. *Reglamentos*. En los reglamentos de las entidades y establecimientos públicos y privados, se incluirán disposiciones expresas sobre la puesta en marcha y aplicación de las disposiciones contenidas en la presente ley, medidas que se adoptarán en un término máximo de noventa (90) días calendario, contados a partir de la fecha de promulgación de la misma.

Artículo 6°. *Prohibición a la venta*. Prohíbese la venta de cigarrillos, tabaco y sus derivados en los lugares, sitios y espacios que a continuación se enumeran:

a) Hoteles, estadios, coliseos cubiertos, salas de cine, teatros, museos, bibliotecas y cualquier otro recinto con acceso al público dedicado a actividades culturales o deportivas;

b) Colegios, escuelas, centros de educación intermedia, superior, universidades y demás centros de enseñanza de nivel postsecundario;

c) Entidades públicas y privadas del sector salud;

d) Vehículos de transporte público.

Artículo 7°. *Prohibición a la publicidad*. Prohíbese la publicidad mediante todo tipo de anuncios, menciones y promociones comerciales así como la propaganda de cigarrillos, tabaco y sus derivados en los lugares, sitios y espacios que a continuación se enumeran:

a) Hoteles, estadios, coliseos cubiertos, salas de cine, teatros, museos, bibliotecas y cualquier otro recinto con acceso al público dedicado a actividades culturales o deportivas;

b) Colegios, escuelas, centros de educación intermedia, superior, universidades y demás centros de enseñanza de nivel postsecundario;

c) Entidades públicas y privadas del sector salud;

d) Vehículos de transporte público.

Artículo 8°. *Prohibición de efectuar promociones*. Prohíbese la promoción, directa o indirecta, de cigarrillos, tabaco y sus derivados mediante la distribución gratuita o venta de tales productos por debajo de su precio comercial.

Artículo 9°. *Prohibición de vender a menores*. Prohíbese la venta, directa o indirecta, de cigarrillos, tabaco y sus derivados a personas menores de dieciocho (18) años.

CAPITULO II

Régimen de normas y restricciones publicitarias sobre cigarrillos, tabaco y sus derivados

Artículo 10. *Normas sobre publicidad a menores y mujeres embarazadas*. Prohíbese toda publicidad visual, radial o de imagen impresa, que de cualquier modo invite, seduzca y conduzca a promover o adquirir el hábito de fumar en los menores de dieciocho (18) años y en la mujer embarazada.

La publicidad para la comercialización de los cigarrillos, tabaco y sus derivados y la publicidad para el consumo de los mismos productos, deberá estar dirigida con igual índice de influencia objetiva tanto a la población de fumadores como a la de no fumadores.

La publicidad por cualquier medio, deberá estar precedida de frases, escritos o símbolos con carácter de impresión resaltantes que prevengan y adviertan sobre las secuelas nocivas que el hábito de fumar comporta para la salud y la vida de las personas.

Artículo 11. *Contenido de la publicidad*. Los anuncios, menciones comerciales o propagandas de los cigarrillos, tabaco y sus derivados, sólo podrán referirse a marcas, calidad, precio y sistema de comercialización y no podrán ser representados por menores de edad, ni escenificar la acción de fumar u otras acciones o palabras que inciten al consumo de tales productos o hagan su apología.

Artículo 12. *Horario en televisión y radio*. En la televisión, los anuncios, menciones comerciales o propagandas de los cigarrillos, tabaco y sus derivados no podrán transmitirse en el horario comprendido entre las seis horas a.m. (6:00 a.m.) y las once horas p.m. (11:00 p.m.).

En la radio tales anuncios, menciones comerciales o propagandas de los cigarrillos, tabaco y sus derivados no podrán transmitirse en el horario comprendido entre las ocho horas a.m. (8:00 a.m.) y las seis horas p.m. (6:00 p.m.) sin que puedan ser transmitidos dentro de este horario en programas dirigidos a menores de edad y mujeres embarazadas.

Tales avisos tanto en la televisión como en la radio no podrán tener una duración superior a los treinta (30) segundos, debiendo en todo caso incluir una de las frases previstas en el artículo decimocuarto de la presente ley, pronunciada claramente con una duración no inferior a los tres (3) segundos, en cada uno de los anuncios, menciones comerciales o propagandas. En la televisión se debe mostrar la frase seleccionada ocupando como mínimo el veinte por ciento (20%) del área total de la pantalla.

Tanto en la radio como en la televisión la restricción aquí consagrada entrará a regir a partir del primero (1°) de enero de 2001.

Artículo 13. *Restricciones en la publicidad*. Prohíbese los anuncios, menciones comerciales, propagandas o artículos que promuevan

directa o indirectamente la venta de cigarrillos, tabaco y sus derivados en publicaciones escritas infantiles, así como en radio y televisión durante la emisión de programas infantiles, culturales, deportivos y científicos.

Artículo 14. *Textos de prevención y advertencia*. En todos los anuncios, menciones comerciales o propaganda de cigarrillos, tabaco y sus derivados, se deberá expresar clara e inequívocamente en el audio, en la imagen o en el texto, según sea el caso, una de las frases que a continuación se expresan, las cuales se cambiarán secuencialmente cada dos (2) meses:

a) "El cigarrillo produce cáncer";

b) "El tabaco es nocivo para la salud";

c) "Fumar causa daños ecológicos";

d) "Fumar es causa de muerte prematura";

e) "La nicotina es una droga adictiva";

f) "Fumar aumenta el riesgo de infarto";

g) "Fumar causa cáncer de pulmón y enfisema";

h) "Fumar durante el embarazo ocasiona muerte prematura del bebé o bajo peso de este al nacer".

Parágrafo 1°. El Ministerio de Salud, previo concepto del Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta, cuya composición y funciones se determinan en los artículos 32 y 33 de la presente ley, podrá variar estos textos.

Parágrafo 2°. Los responsables de los avisos a que se refiere el presente artículo enviarán al Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta, del Ministerio de Salud, la información que precise el reglamento, a efectos de adelantar debidamente el control y vigilancia relativo al cumplimiento de lo aquí dispuesto.

Artículo 15. *Tamaño de los avisos de prevención y advertencia*. En todas las cajetillas o empaques de los cigarrillos, tabaco y sus derivados producidos o comercializados en el país, deberá aparecer claramente una de las frases en idioma español a que hace referencia el artículo anterior, en el extremo inferior de las dos (2) caras principales de la respectiva cajetilla o empaque, ocupando el cuarenta por ciento (40%) de la superficie de la respectiva cara.

Artículo 16. *Prohibición en las promociones*. A partir del primero (1°) de enero de 2001 se prohíbe el patrocinio de eventos deportivos o culturales para promocionar el consumo de los cigarrillos, tabaco y sus derivados, o del uso de las marcas comerciales de estos productos que promocionen otros productos.

Artículo 17. *Publicidad en otros medios*. Los anuncios, menciones comerciales o propagandas de los cigarrillos, tabaco y sus derivados en medios escritos como boletines, revistas o cualquier otro documento se limitarán a sus paginas interiores, sin exceder de uno (1) por marca por ejemplar y su tamaño con relación a la página no podrá exceder del cincuenta por ciento (50%) de la misma.

En todo caso estarán acompañados tales anuncios, menciones comerciales o propagandas de una de las frases previstas en el artículo decimocuarto de la presente Ley, ocupando el cuarenta por ciento (40%) del área del anuncio.

Artículo 18. *Publicidad en vallas o similares*.

Prohíbese la fijación de vallas, pancartas, murales, afiches, carteles o similares que traten sobre la venta o consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados en áreas deportivas, culturales, educativas o residenciales.

Las vallas, pancartas, murales, afiches, carteles o similares que se puedan fijar en lugares, sitios y áreas definidos por el reglamento, tendrán una de las frases previstas en el artículo decimocuarto de la presente Ley, ocupando el cuarenta por ciento (40%) superior del área del anuncio, con caracteres claramente visibles y recibir la misma iluminación del resto del anuncio.

CAPITULO III

Régimen de sanciones

Artículo 19. *Sanciones por fumar en sitios o lugares prohibidos*. Quien contraríe la restricción o prohibición de fumar en los sitios a que se refiere el artículo tercero de la presente ley, se le amonestará verbalmente y si no atiende la amonestación, se le impondrá medida correctiva de expulsión del sitio por parte de las autoridades de policía competentes.

La entidad o establecimiento que no vele por el cumplimiento de lo previsto en el presente artículo se hará responsable de la sanción prevista en el artículo siguiente, sin perjuicio de las sanciones imponibles al propietario, representante legal, gerente, administrador o responsable de la respectiva entidad o establecimiento.

Artículo 20. *Responsabilidad conjunta y solidaria de medios publicitarios y empresas productoras o establecimientos involucrados*. La inobservancia de las prohibiciones y restricciones contempladas en la presente ley, hace responsables a los medios de comunicación, empresas publicitarias, industrias productoras y comercializadoras de cigarrillos, tabaco y sus derivados, a los propietarios, representantes legales de las entidades o establecimientos involucrados, lo mismo que a sus gerentes, administradores o responsables y a las autoridades encargadas de hacerlas cumplir, quienes quedarán sujetos a la sanción legal de multa comprendida entre quince (15) y veinte (20) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

La respectiva sanción será impuesta por la autoridad competente en la materia y su producido será entregado al Instituto Nacional de Cancerología, Empresa Social del Estado, con el fin de aplicar tales recursos a campañas emprendidas por éste, orientadas a fortalecer la conciencia en la población de los efectos nocivos del tabaquismo para la salud y vida de los asociados.

En caso de reincidencia, la sanción aplicable será el cierre del establecimiento entre tres (3) y diez (10) días y la tercera falta se sancionará con cierre del mismo hasta por tres (3) meses.

Artículo 21. *Acción de personas afectadas por el acto de fumar*. Toda persona que se sienta afectada por el incumplimiento de las disposiciones consagradas en la presente ley, podrá acudir ante la autoridad competente con el fin de que se adopten los correctivos necesarios y se apliquen las sanciones procedentes contra la persona, personas, entidad o establecimiento infractor, sin perjuicio de lo establecido como sanciones en la presente ley.

Artículo 22. *Derechos de las personas no fumadoras*. Constituyen derechos de las personas no fumadoras, entre otros, los siguientes:

a) Respirar aire puro en los sitios donde se encuentren;

b) Protestar cuando se enciendan cigarrillos, tabaco y sus derivados en sitios en donde su consumo se encuentre prohibido por la presente ley, así como a exigir del propietario, representante legal, gerente, administrador o responsable a cualquier título de respectivo negocio o establecimiento, se conmine al o a los autores de tales conductas a suspender de inmediato el consumo de los mismos;

c) Acudir ante la autoridad competente en defensa de sus derechos como no fumadora y a exigir la protección de los mismos, y

d) Informar a la autoridad competente el desconocimiento normativo consagrado en la presente ley.

CAPITULO IV

Programas de educación, Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta, y disposiciones finales

Artículo 23. *Programas de educación preventiva a cargo del Ministerio de Salud*. El Ministerio de Salud incorporará el tema del tabaquismo en los programas de promoción y prevención de la salud, a través de la Dirección General de Salud Pública, incluyendo actividades educativas, especialmente en aquellos programas dirigidos a adolescentes y a madres; apoyará técnicamente a los sectores público

y privado sobre los efectos nocivos del tabaquismo en la salud y sobre las actividades necesarias para combatir su consumo; y garantizará el análisis periódico del contenido de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono en los cigarrillos, tabaco y sus derivados que se produzcan y/o comercialicen en el país, para lo cual fijará los límites máximos permisibles de tales sustancias en dichos productos, con arreglo a los términos y condiciones que precise el respectivo reglamento.

Artículo 24. *Programas de educación preventiva a cargo del Ministerio de Educación*. El Ministerio de Educación fijará en los programas de educación preescolar, primaria, secundaria, media vocacional, universitaria, de educación no formal, educación para docentes y demás programas educativos, los planes curriculares y actividades educativas para la prevención y control del tabaquismo. Tales planes y actividades se incorporarán a los programas del año 2001 en adelante.

Artículo 25. *Programas de sustitución de cultivos a cargo del Ministerio de Agricultura*. El Ministerio de Agricultura y las entidades de fomento financiero a las actividades agropecuarias, deberán suministrar apoyo tanto técnico como económico a aquellos agricultores que deseen sustituir sus cultivos de tabaco por otros productos o actividades.

Artículo 26. *Programas de educación preventiva a cargo de la Comisión Nacional de Televisión y del Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión*. La Comisión Nacional de Televisión destinará espacios en forma gratuita y rotatoria destinados a su utilización por parte de las entidades públicas y Organizaciones No Gubernamentales, orientados a la emisión de mensajes de prevención contra el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, en los horarios de alta sintonía en televisión por los medios ordinarios y canales por suscripción. Igual destinación de espacios hará el Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión, para la difusión del mismo tipo de mensajes por emisoras radiales.

Artículo 27. *Control al contrabando*. El Ministerio de Hacienda y Crédito Público fortalecerá los mecanismos de control al contrabando de cigarrillos extranjeros y presentará informes semestrales de sus resultados al Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta y a las Comisiones Séptima Constitucionales de Senado y Cámara.

Artículo 28. *Competencia de autoridades territoriales en materia de contrabando*. El Alcalde Mayor de Santa Fe de Bogotá, D. C., los gobernadores, los alcaldes municipales, las autoridades de policía, miembros de las fuerzas armadas, funcionarios de las secretarías de hacienda departamentales y municipales en quienes se compruebe desidia en su obligación de reprimir el contrabando de cigarrillos extranjeros, se harán acreedores a la sanción de destitución por mala conducta, con arreglo a las disposiciones del Código Disciplinario Unico, Ley 200 de 1995.

Cualquier ciudadano podrá denunciar a los citados funcionarios para que se adelanten las averiguaciones pertinentes, en los términos de lo dispuesto en la citada Ley 200 de 1995.

Artículo 29. *Apropiaciones presupuestales*. Las entidades gubernamentales a que se refieren los artículos 23 a 26 de la presente ley, apropiarán dentro de los proyectos de presupuestos anuales los recursos necesarios para desarrollar las acciones que a cada una le corresponden.

Artículo 30. *Aplicación de la ley*. Las disposiciones consagradas en la presente ley se aplican a los productos nacionales y a los comercializados en el país de marcas y procedencia extranjeras.

Artículo 31. *Obligación de reportar operaciones a la DIAN*. Los representantes legales de las firmas comercializadoras de marcas extranjeras de cigarrillos, tabaco y sus derivados, informarán mensualmente a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN sobre el total de la inversión publicitaria por marca de cada uno de los productos, discriminando los medios utilizados al efecto así cmo el valor consolidado de las ventas en tal período.

Artículo 32. *Composición del Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta*. El Consejo Nacional sobre Cigarrillo y Salud, Conalci, creado mediante la Resolución número 07559 de 12 de junio de 1984 del Ministerio de Salud, se denominará en adelante Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta y estará integrado, a partir de la fecha de vigencia de la presente ley, en la forma que a continuación se establece:

a) El Ministro de Salud quien lo presidirá, o su delegado;

b) El Ministro de Educación o su delegado;

c) El Ministro de Agricultura o su delegado;

d) El Ministro de Comunicaciones o su delegado;

e) El Director General de Salud Pública del Ministerio de Salud;
f) El Director del Instituto Nacional de Cancerología, Empresa Social del Estado, o su delegado;

g) Un (1) representante de los medios de comunicación, designado por los demás miembros del Comité.

Parágrafo. El Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta podrá invitar a sus reuniones a servidores públicos y personas que se estime pueden contribuir al proceso de análisis de los temas a su cargo.

Artículo 33. *Funciones del Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta*. El Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta cumplirá las funciones de vigilancia y control sobre el cumplimiento de las normas aquí consagradas con arreglo a las siguientes disposiciones:

a) Organizar, mantener y desarrollar,, con los medios de comunicación, las campañas que considere convenientes para asegurar la difusión de las normas consagradas en la presente Ley y sus desarrollos reglamentarios, y mantener informada a la población sobre los problemas que produce el tabaquismo a nivel de la salud;

b) Establecer los patrones de los programas de educación sanitaria para su adopción por las entidades educativas respectivas a nivel de enseñanza primaria y secundaria así como cursos especiales de prevención en niveles superiores, en coordinación con el Ministerio de Educación;

c) Desarrollar métodos y sistemas nacionales que involucren profesionales de la salud y de la educación, para erradicar y prevenir el hábito de fumar;

d) Emitir concepto previo favorable a los anteproyectos de ley que tiendan a restringir el consumo de los cigarrillos, el tabaco y sus derivados así como elaborar anteproyectos en la misma materia;

e) Promover el cumplimiento de las normas contenidas en la presente ley así como aquellas que la reglamenten, a través de las entidades competentes para el efecto, así como poner en comunicación de las autoridades competentes los casos en los cuales se desconozcan y violen las normas consagradas en la presente ley;

f) Proponer mecanismos alternativos de patrocinio de eventos culturales y deportivos distintos a los provenientes de la industria de los cigarrillos, el tabaco y sus derivados;

g) Recomendar al Ministerio de Salud y demás autoridades competentes en la materia, la intensificación de las advertencias sobre los peligros que ocasiona en la salud el uso de los cigarrillos, el tabaco y sus derivados, en los empaques de estos productos y en los medios masivos de comunicación, cuando se realicen campañas de propaganda con arreglo a las disposiciones de la presente ley;

h) Recomendar al Ministerio de Salud la variación de los mensajes de advertencia previstos en el artículo decimocuarto de la presente Ley así como la adopción de los textos de los mensajes que habrán de sustituirlos;

i) Supervisar los exámenes periódicos del contenido de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono en los cigarrillos, tabaco y sus derivados, producidos o vendidos en el país y recomendará al Ministerio de Salud, para los fines previstos en el artículo 23 de la presente ley, la adopción de las medidas tendientes a establecer los límites

máximos permisibles de tales substancias en los cigarrillos, tabaco y sus derivados que se comercialicen en el país;

j) Diseñar campañas tendientes a evitar el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados como parte integral de los programas nacionales de educación física y deportiva;

k) Colaborar con los medios masivos de comunicación en la elaboración de los mensajes destinados a modificar el comportamiento de los miembros de la comunidad en relación con el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados y procurar su difusión, teniendo para ello como finalidad primordial la preservación de la salud de la comunidad, con arreglo a las disposiciones consagradas en la presente ley;

l) Coordinar y vigilar el cumplimiento y desarrollo de las disposiciones contenidas en la presente Ley, para lo cual presentará a la opinión pública informes semestrales sobre los resultados obtenidos y enviar copias de los mismos a las Comisiones Séptima Constitucionales de Senado y Cámara;

m) Darse su propio reglamento, y

n) Las demás que determine el Ministerio de Salud.

Artículo 34. *Consultor técnico*. Para todos los efectos de las medidas que habrán de adoptarse y las disposiciones que se deberán expedir para dar cumplimiento a las normas contenidas en la presente Ley, desígnase al Instituto Nacional de Cancerología, Empresa Social del Estado como el organismo consultor técnico del Gobierno Nacional, que en forma previa y escrita deberá expedir concepto médico-científico de obligatoria observancia por parte de la entidad respectiva.

La violación de la presente disposición dará lugar a responsabilidad disciplinaria con arreglo a las normas vigentes en la materia, en especial la Ley 200 de 1995 y las normas que la modifiquen, reformen o sustituyan.

Artículo 35. *Promulgación y vigencia de la presente ley*. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Viviane Morales Hoyos,
Senadora

Santa Fe de Bogotá, D. C., agosto de 2000.

EXPOSICION DE MOTIVOS

Honorables Senadores:

Antecedentes

Desde la legislatura de 1995, cuando por ese entonces me desempeñaba como Representante a la Cámara, tuve la oportunidad de participar en el trámite del Proyecto de ley número 036 de 1995 Cámara, el cual contenía propuestas de normas de avanzada para iniciar una acción progresiva conjunta del Estado y de la sociedad para contener la difusión del hábito del consumo del cigarrillo, tabaco y sus derivados.

Por motivos de la acción ejercida por las empresas del sector y representantes del departamento de Santander, líder tradicional de la producción casi artesanal de la hoja del tabaco, este proyecto de ley sufrió alteraciones fundamentales que recortaban y desvirtuaban la propuesta inicial formulada por el entonces Director del Instituto Nacional de Cancerología, circunstancia que llevó a su archivo definitivo.

Ello implicó que el país perdiera un quinquenio en la iniciación de actividades coordinadas y orientadas, de manera básica, a la prevención del tabaquismo, con la consiguiente difusión de este pernicioso hábito especialmente en los segmentos más vulnerables de la población, o sea, los niño y los jóvenes.

Este año, por invitación del Instituto Nacional de Cancerología, Empresa Social del Estado, tuve la oportunidad de revisar esta propuesta, a la luz de las tendencias y estadísticas más recientes y las perspectivas son altamente preocupantes, como problema de salud pública, tal y como se concluyó en dicho encuentro.

Para ello, formulé algunas reflexiones sobre lo que ha sido el trámite en el Congreso de la República de iniciativas relacionadas con la estructuración de un conjunto de disposiciones legales que le permitan al Estado contar con instrumentos efectivos para afrontar una lucha coherente, contra lo que se constituye en una de las causas probadas más importantes de mortalidad en el mundo contemporáneo, sólo comparable con los alcances del Sida.

“solamente dos causas de muerte son grandes y crecientes a lo ancho del mundo: Sida y tabaco. Mientras muchos países han comenzado, por lo menos, a responder al Sida, la respuesta a la epidemia mundial del tabaco ha sido, con mucho, limitada y de remiendos”

– The World Bank Group – Curbing the Epedemic – Chapter 7 – An Agenda For Action: El Grupo del Banco Mundial –Frenando la Epidemia – Capítulo 7 – Una Agenda para actuar - Washington, 2000.

El problema del tabaquismo en la actualidad

En primer término debe destacarse que las medidas de prevención se constituyen en la herramienta fundamental con la cual los estados pueden afrontar, con un cierto grado de éxito, la lucha orientada a reducir el número de consumidores del tabaco, en sus diversas y variadas formas, y por ende las afecciones que terminan por afectarlos, recortando sus; posibilidades como seres útiles en la sociedad, con los costos inherentes para los sistemas de salud públicos y privados, que todos los expertos en salud pública conocen y valoran en su verdadera dimensión.

También es del caso precisar, para entrar en materia, que en el caso de las medidas antitabáquicas, si bien brilla la ausencia de la gestión pronta y eficaz del Estado para su adopción, no es menos cierto el entorno económico difícil y hostil, por decir lo menos, dentro del cual tales medidas deben ser analizadas, adoptadas y puestas en vigor.

En efecto, dado el tamaño y poder de los grupos económicos interesados en mantener su dominio sobre la población consumidora del tabaco, no es de extrañar el extremo grado de dificultad que rodea la acción de los diferentes estamentos gubernamentales y legislativos, como efectivamente sucedió en la iniciativa del Proyecto de ley número 036 de 1995 Cámara.

Para nadie que se encuentre vinculado a estos temas, es un secreto el poder de la industria tabacalera mundial, uno de cuyos máximes exponentes lo constituyen el grupo de conglomerados económicos vinculados a esta actividad en los Estados Unidos de América.

Del poder económico de estos conglomerados industriales tenemos información según la cual controlan tanto los mercados nacionales como internacionales, de los cuales Colombia no es una excepción, y también se tienen noticias ciertas de su tamaño por el conjunto de acciones emprendidas en los tribunales de esa nación por los fiscales de al menos 17 o 18 estados de la Unión Americana.

Estas acciones se han iniciado en procura de lograr recuperar para los diversos estados reclamantes, las inmensas sumas que han tenido que destinar los servicios de salud locales para atender los costos inherentes a la atención de quienes, como consecuencia del consumo del cigarrillo u otras formas de presentación del tabaco, terminan su adicción al convertirse en pacientes que demandan costosos servicios de salud, que si bien no los recuperan o restauran a un estado de salud normal, si les ayudan a paliar los efectos nocivos que deja el consumo del tabaco, en el largo plazo.

No es poca la capacidad de acción de la industria tabacalera colombiana, que a lo largo de los años ha luchado para obstaculizar o demorar la toma de decisiones o adopción de normas tendientes a implantar políticas de salubridad pública que restrinjan y controlen el uso del cigarrillo, tabaco o sus derivados.

Por ello no es aventurado afirmar que Colombia es uno de los países que más atrasado se encuentra en el proceso de implantar un conjunto coherente y ambicioso de medidas que aboquen de manera decidida y a un plazo mayor que el mediano, el creciente problema que implica tener una población consumidora de cigarrillo en expansión, más aún cuando este efecto se centra en las capas más jóvenes de los colombianos y colombianas.

No deja de ser paradójico que hayan sido precisamente los representantes de los departamentos de Colombia quienes hayan iniciado recientemente en Cortes del Estado de New York en los Estados Unidos, demandas en contra de la empresa productora del más conocido y apetecido de los cigarrillos en nuestro país, para lograr se indemnice a los fiscos locales de una evasión multimillonaria de impuestos; lo anterior obedece a la práctica inveterada de la respectiva firma de comercializar sus productos en Colombia por la vía rápida y expedita del contrabando, en detrimento de los presupuestos de salud, a los cuales se supone están orientados los ingresos de esta clase. Esa evasión ha sido calculada, inicialmente y para efectos de la demanda interpuesta, en la cantidad de US$5.000 millones.

El paso lógico y congruente, y por demás deseable, de esta demanda sería que esas mismas agencias gubernamentales colombianas se interesaran por los efectos nocivos del tabaco en los colombianos y en los respectivos presupuestos de salud y se estudiara la posibilidad y conveniencia de acudir a esas mismas cortes americanas para demandar, los costos que implican los casi 20.000 colombianos, en estadísticas conservadoras, que anualmente fallecen como consecuencia de las enfermedades adquiridas por el consumo a largo plazo del cigarrillo.

Lo anterior, también debiera implicar, que se analizara la urgencia manifiesta de adoptar medidas prácticas y realistas para controlar efectivamente en nuestro medio el consumo de tabaco y sus derivados y minimizar sus nocivos efectos para la salud de los colombianos y en especial de las capas más jóvenes de la población.

Contenido y análisis del proyecto de ley

Antes de abordar diversas consideraciones sobre los alcances del proyecto debe ser puestos de presente los textos constitucionales que lo apoyan y justifican:

A – Artículo 49

"La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantizará a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.

...

Toda persona tiene el deber de procurar el cuidado integral de su salud y la de su comunidad". (Subraya fuera de texto).

B – Artículo 44

"Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social,... (Subraya fuera de texto).

C – Artículo 78

"La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. ..." (Subraya fuera de texto).

Todas las disposiciones constitucionales invocadas se relacionan de manera integral con los alcances y textos del proyecto por cuanto estos buscan, con base en aquellas, amparar la salud de los asociados y establecer mecanismos administrativos de prevención y protección en los diferentes aspectos a los cuales se refieren las normas de la Carta Política que se han destacado.

Con base en un proyecto en cuya elaboración y redacción inicial tomó parte de manera activa la dirección del Instituto Nacional de Cancerología tuve la oportunidad, como antes lo hice notar, hace ya cinco años, de participar en el trámite legislativo del Proyecto de ley número 036 de 1995 Cámara, **"por el cual se protege la salud mediante acciones destinadas al control del consumo, venta y publicidad del cigarrillo, tabaco o sus derivados",** que tenía el loable propósito de dotar al Estado de herramientas específicas para abordar el difícil tema del tabaco en nuestro medio.

Sea lo primero destacar los elementos constitutivos de la propuesta que hoy someto a su ilustrada consideración, no sin antes señalar que para mi sorpresa pude constatar, en esa época, la casi total ausencia de disposiciones efectivas y de alcance real que le posibiliten al Estado colombiano actuar en este sensible tema de la salud.

Para ello se analizaron los parámetros y medidas adoptados en otros países, que hoy permiten afirmar que allí se ha revertido la tendencia creciente de la difusión del consumo del cigarrillo y que, si bien todavía queda un largo camino por recorrer, esas disposiciones logran su cometido fundamental de educar preventivamente a la población alejándola del mismo y, lo que es más importante, disuadiendo a los más jóvenes de iniciarse en el uso de estas substancias.

Por esta razón el proyecto, contempla, entre otras, medidas del siguiente orden, agrupadas por capítulos:

CAPITULO I

Principios generales y prohibiciones

• Artículo 1°. Definición del objeto de la ley para regular la producción, identificación, consumo, venta, publicidad y promoción de cigarrillos, tabaco y sus derivados, con el propósito de defender y proteger la salud de la población de los riesgos y daños causados por su consumo, en especial en niños y jóvenes.

• Artículo 2°. Definir los diversos términos científicos, administrativos y legales que son utilizados en el texto del proyecto, con el fin facilitar a las autoridades la aplicación de las normas, evitando dudas y ambigüedades que favorecen la elusión en la aplicación de la norma.

Artículo 3°. Prohibición del consumo de cigarrillos, tabaco o sus derivados en lugares de gran afluencia de público, con excepción de las áreas de fumadores.

Artículo 4°. Obligación de fijar avisos que expresen la prohibición de fumar en los sitios enumerados en el artículo tercero del proyecto.

Artículo 5°. Se dispone la expedición de reglamentos, en entidades públicas y privadas, que incluyan disposiciones expresas sobre la puesta en marcha y aplicación de las disposiciones contenidas en la ley, las cuales deberán ser adoptadas en un término máximo de noventa (90) días calendario, contados a partir de la fecha de promulgación de la misma.

Artículo 6°. Prohibición de la venta de cigarrillo, tabaco o sus derivados en los lugares, sitios y espacios allí enumerados.

Artículo 7°. Prohibición a la publicidad de cigarrillo, tabaco o sus derivados en los lugares, sitios y espacios previstos en este artículo.

Artículo 8°. Prohibición de efectuar promociones, directas o indirectas, de cigarrillos, tabaco o sus derivados por medio de la distribución gratuita o venta de esos productos por debajo de su precio comercial.

Artículo 9°. Prohibición de vender, directa o indirectamente, cigarrillos, tabaco y sus derivados a personas menores de 18 años, considerados por todos los estudios llevados a cabo por la Organización Mundial de la Salud de Naciones Unidas como el grupo más sensible para adquirir el hábito de fumar. Sea el caso anotar que esos mismos estudios demuestran que quien no adquiera ese vicio a esa edad, es muy probable que no lo adquiera más tarde cuando la persona llega a la edad adulta y al tener su personalidad formada es menos propensa a contraerlo.

CAPITULO II

Régimen de normas, y restricciones publicitarias sobre cigarrillo, tabaco y sus derivados

• Artículo 10. Se establecen normas relativas a la publicidad del tabaco y el cigarrillo dirigida a menores y mujeres embarazadas, grupos sociales que se consideran de alto, riesgo. La propuesta recoge en este aspecto las experiencias que sobre el particular se han tenido en otros países, como los Estados Unidos, Canadá, la Unión Europea, entre otros, y que demuestran la efectividad de estos mecanismos que buscan disminuir y evitar la propagación del hábito de fumar en sectores clave de las poblaciones.

• Artículo 11. El contenido de la publicidad sólo podrá referirse a marcas, calidad, precio y sistema de comercialización, sin que puedan ser representados por menores de edad o con la acción de fumar u otras acciones o palabras que inciten al consumo o hagan la apología del cigarrillo, tabaco o sus derivados.

• Artículo 12. Establece el conjunto de reglas para la transmisión en televisión y radio de anuncios, menciones comerciales o propagandas de cigarrillos, tabaco o sus derivados, con la fijación de horarios y duración de los mensajes.

• Artículo 13. Prohibición de anuncios, menciones comerciales, propagadas o artículos que promueva directa o indirectamente la venta de cigarrillos, tabaco y sus derivados en publicaciones escritas infantiles, así como en radio y televisión durante la emisión de programas infantiles, culturales, deportivos y científicos. Estas son, precisamente, las estrategias más utilizadas por los productores de cigarrillo y tabaco, con el fin de alcanzar la fidelidad de los futuros consumidores y conservar cautivos a los ya fumadores. En este aspecto, se siguen las recomendaciones tanto del Banco Mundial como de la Organización Mundial de la Salud, entidades que recomiendan la implantación de estas restricciones como medio de reducir la difusión del hábito de fumar.

• Artículo 14. Obligación, clara e inequívoca, de incluir en todos los anuncios, menciones comerciales o propaganda de cigarrillos, tabaco y sus derivados, frases que promueven la formación de conciencia sobre los riesgos que implica el consumo del tabaco, en cualquiera de sus presentaciones, las cuales se cambiarán secuencialmente cada dos (2) meses.

• Artículo 15. Regula el aspecto técnico del tamaño en los avisos de prevención y advertencia para que los mismos tengan un efecto real y duradero en la población.

• Artículo 16. Prohibición del patrocinio de eventos deportivos o culturales, orientados a la promoción del consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, o del uso de las marcas comerciales de estos productos que promocionen otros bienes. Esta conducta es de uso corriente en la actividad promocional y publicitaria de las empresas tabacaleras, lo que se constituye como una actividad encubierta que busca asegurar nuevos consumidores y retener los ya existentes, razón por la cual es de especial importancia su adopción en el texto propuesto.

• Artículo 17. Se introducen normas sobre anuncios, menciones comerciales o propagandas de los cigarrillos, tabaco y sus derivados en medios escritos, disposición que busca limitar el esfuerzo publicitario desproporcionado de la industria tabacalera en los medios escritos de comunicación.

• Artículo 18. Prohibición de fijar vallas, pancartas, murales, afiches, carteles o similares que traten sobre la venta o consumo de cigarrillos, tabaco o sus derivados en áreas deportivas, culturales, educativas o residenciales, como, medio de reducir la difusión de estas substancias en zonas de alta afluencia de población. A la vez se precisa un área de 40% del respectivo aviso por estos medios, en donde y en los casos que las autoridades los aceptaren, para difundir los avisos de alerta en contra de estas substancias, que debe tener la misma visibilidad e iluminación que el resto del anuncio: esta disposición busca obligar a los anunciantes a dar oportunidad al público de conocer las dos caras del mensaje o significados de esta clase de anuncio, como medio para combatir los subterfugios de que se valen las empresas del sector para evadir las restricciones en materia de publicidad.

CAPITULO III

Régimen de sanciones

• Artículo 19. Introducción de medidas policivas de advertencia y expulsión del ciudadano que llegare a contrariar la prohibición de fumar en los sitios vedados, haciendo responsable y acreedora de sanción a la entidad o establecimiento que no vele por el cumplimiento de estas disposiciones,, como política para evitar la nugatoriedad de disposiciones concebidas dentro del mejor y más amplio concepto de salud y que procuran el bienestar de la comunidad.

• Artículo 20. Introducción del concepto de responsabilidad conjunta y solidaria en caso de inobservancia de las disposiciones contempladas en el proyecto, para los medios de comunicación, empresas publicitarias, industrias productoras y comercializadoras de tales productos, propietarios o representantes legales de las entidades o establecimientos involucrados y autoridades encargadas de hacerlas cumplir. La sanción consiste en sanción de multa entre 15 y 20 salarios mínimos legales mensuales vigentes. Lo anterior como medio para hacer coercitivo, efectivo y solidario el régimen de sanciones, que busca inducir la creación de una conciencia colectiva y solidaria con el problema que entraña el consumo del cigarrillo, tabaco o sus derivados. A más de lo anterior, dispone el mismo artículo que las sumas así recaudadas serán entregadas al Instituto Nacional de Cancerología, con el fin de que esta entidad pueda llevar a cabo campañas "orientadas a fortalecer la conciencia en la población de los efectos nocivos del tabaquismo para la salud y vida de los asociados". Como allí se señala expresamente.

• Artículo 21. Introducción del concepto de la acción de defensa del fumador pasivo que se sienta afectado por el incumplimiento de las disposiciones de la norma, consagrando a su favor la posibilidad de recurrir ante la autoridad competente para que se adopten los correctivos necesarios y se apliquen las sanciones contra las personas, entidades o establecimiento infractor.

• Artículo 22. También se consagran los derechos de los no fumadores, en los términos de lo previsto en este artículo del proyecto. La Ley 472 de 1998, que consagró el régimen de acciones populares y de grupos, introdujo en su artículo 4°. el derecho e interés colectivo del goce a un ambiente sano, y, por tanto, la posibilidad de recurrir con arreglo a los principios y mecanismos allí establecidos, para obtener resultados similares a los previstos en el proyecto que nos ocupa.

CAPITULO IV

Programas de educación, Consejo Nacional del Tabaco y Salud, Conalta y disposiciones finales

• Artículos 23. a 34. Los artículos finales del proyecto estructuran un conjunto de medidas a cargo de entidades gubernamentales como el Ministerio de Educación, de Salud, de Agricultura, de Hacienda y Crédito Público así como Inravisión y los gobernadores y alcaldes y demás autoridades de policía, que forma tal que permita una acción conjunta y coordinada de las, autoridades colombianas para afrontar diversos aspectos del mercado de los productos derivados del tabaco y que causan un efecto claramente negativo en la salud de las personas.

Los costos implícitos para el sistema de salud así ocasionados son superiores a los recursos captados por los impuestos al consumo de estas sustancias, a más de dejar secuelas irreversibles en aquellas personas que logran una supervivencia aceptable a partir del momento en que abandonan el consumo no tanto por convicción sino por la imposibilidad de continuarlo, dado el nivel de afecciones en la salud del fumador que genera el consumo del cigarrillo, tabaco o sus derivados.

Deseo anotar que este estatuto prevé un conjunto de disposiciones armónicas, de políticas de estado orientadas a conseguir resultados tangibles a mediano y largo plazo, concebidas como resultado del análisis y evaluación del complejo panorama de situaciones que origina el consumo de cigarrillo, tabaco y sus derivados.

El proyecto no es otra cosa que la respuesta adecuada a un problema de salud pública y que recoge tanto las experiencias de otros países, que ya comienzan a ser claramente exitosos en su lucha contra el cigarrillo, caso de los Estados Unidos, Canadá y algunos países europeos, como la experiencia local, que indica que sobre el Estado gravita la fuerza conjunta de fuerzas industriales y comerciales con intereses económicos claros en lograr que siga el estado actual de cosas.

Para ello la capacidad aunada de las tabacaleras locales y las multinacionales de origen estadounidense y europeo puede llegar, como en efecto sucedió anteriormente, a neutralizar iniciativas generadas en el sano propósito de generar actitudes en la comunidad que la pongan a salvo de los efectos nocivos del tabaco en las personas, especialmente y deseo señalarlo así, en las capas más jóvenes de la población, quienes serán los consumidores del mañana, porque los consumidores de hoy habrán pasado a mejor vida en el paraíso de los fumadores, o sea en el abultado estado de ganancias de la industria tabacalera.

En fecha tan reciente como el pasado mes de julio del año en curso, la Organización Mundial de la Salud de NACIONES UNIDAS publicó el estudio "Estrategias de las Compañías Tabacaleras para socavar las actividades de control del tabaco en la Organización Mundial de la Salud" – Reporte del Comité de Expertos en Documentos de la Industria del Tabaco –.

En el citado estudio se demuestra, con base en el análisis de documentos de esa industria, el conjunto de estrategias utilizadas por la industria tabacalera mundial a nivel global para retrasar u obstruir la adopción de medidas en contra del cigarrillo, medidas que en su conjunto son sugeridas por la Organización Mundial de la Salud como mecanismos realistas y de impacto benéfico, tanto para las poblaciones de los diversos países como para sus sistemas de salud, que bien pudieran dedicar los recursos destinados a atender a los pacientes fumadores a atacar males y epidemias de tanta repercusión para la población.

Cabe recordar como el proyecto de ley número 036 de 1995 – Cámara recibió ponencia para primer y segundo debate rendida por un Representante a la Cámara de la región tabacalera más representativa del país –departamento de Santander– sobre la base que se debía dar un tratamiento justo y equitativo para todas las partes involucradas en el tratamiento de estos temas, oportunidad en la cual se destacó el papel de los cultivadores de la hoja de tabaco en ese departamento como grupo económico de escasos recursos, que se vería afectado sensiblemente –según los argumentos expuestos en ése entonces por el ponente– si se aprobara el proyecto en la forma como me he permitido exponerlo.

De otra parte, allí mismo se trajo a colación un pronunciamiento de la Corte Constitucional, Sentencia No. C-REF.: Expediente número D.920. para tratar de desvirtuar que las medidas propuestas en el proyecto se ajustaran a la carta política, incurriendo de paso en una presentación unilateral del problema, a cargo de Asomedios entidad citada para concluir que –y cito– "No es posible afirmar que 'toda persona que consuma bebidas alcohólicas o fume cigarrillo y tabaco, muera exclusivamente por el consumo de los mismos.' Es decir, no está probada la relación Causa-Efecto". Fin de la cita.

Como puede verse, se mezcla un pronunciamiento del máximo organismo jurisdiccional del país con el ente vocero de los medios de comunicación para deducir apresuradamente una conclusión que esta abiertamente en contra de la evidencia científica que hoy, cuatro años más tarde, no ofrece duda:

"El consumo de tabaco cobra actualmente 4 millones de vidas al año, cifra que previsiblemente irá en aumento y será de unos 10 millones en el año 2030."

Esta afirmación no es mía: corresponde a un pronunciamiento oficial reciente de la Organización Mundial de la Salud – OMS –,, entidad que estima que los países del tercer mundo contribuirán, para el año 2030, con la no despreciable cantidad de 7 millones de muertes, si no se logra revertir la actual tendencia.

En el Día Mundial Sin Tabaco, del presente año, en España y en trece provincias distintas de ése país, cerca de 3.000 personas afectadas por cáncer de laringe presentaron la mayor demanda colectiva contra la industria tabacalera por los daños físicos y psicológicos derivados del consumo del tabaco.

Lo cierto es, para concluir, que el proyecto en cuestión murió en la Cámara de Representantes por falta de trámite en el período legislativo 1996-1997, pero la pregunta válida hoy es: ¿cuántos colombianos y colombianas deberán morir para que se adopten medidas sanas y orientadas a educar y a prevenir a la población de los efectos nocivos del consumo del cigarrillo, tabaco y sus derivados, y a poner en cintura a los diversos grupos empresariales, nacionales y extranjeros, que se benefician del comercio legal, pero a todas luces pernicioso, de estos productos?

Conclusiones.

Finalmente quisiera destacar que con base en las instituciones consagradas en la Ley 472 de 1998, que estableció el régimen de acciones populares y de grupos como antes lo indiqué, se abre un espacio de posibilidades para que quienes se preocupan por estos temas, actúen en defensa de uno de los derechos fundamentales del ser humano como es el derecho a la salud.

Este se encuentra consagrado en nuestro ordenamiento constitucional en sus artículos 44, 49 y 78, el cual se ve conculcado a diario con el uso del tabaco, sin que el estado pueda sustraerse a su obligación esencial de adelantar campañas de prevención a favor de la población, como era el propósito central que animaba el Proyecto de ley número 036 de 1995.

El estatuto que hoy propongo, con las correcciones y ajustes que se estimen pertinentes, debe ser analizado y tramitado, en el plazo más breve posible, para hacer posible una política de estado basada en criterios científicos y modernos de prevención de salud en la población, especialmente en niños y jóvenes.

Como Senadora de la República y madre de familia considero de vital interés el retomar el análisis de este tema, motivo por el cual someto a consideración del honorable Senado el proyecto de Ley "**por la cual se protege la salud mediante acciones destinadas al control, consumo venta y publicidad de los cigarrillos, tabaco y sus derivados**", el cual se encuentra debidamente sustentado en bases ciertas de la evolución más reciente de los efectos del tabaquismo a nivel mundial y local.

El día 14 del mes de julio del presente año, en el Estado de Florida, Estados Unidos de América, un jurado condenó a las empresas tabacaleras más importantes de ese país a responder por los daños causados a la población fumadora de esa región y para ello fijó la cifra de U.S.$144.870.000.000, como monto a cancelar para resarcir estos costos, casi imposible de ser expresados en moneda colombiana. El detalle de estas sanciones de expresa seguidamente:

COMPAÑIA	SANCION
Philip Morris	$73.96 billones
R. J. Reynolds	$36.28 billones
Brown & Williamson	$17.59 billones
Lorillard	$16.25 billones
Liggett	$ 790 millones
Total	$144.87 billones

Este hecho sin precedentes, señala a la vez dos factores significativos: el poder casi omnímodo de las empresas transnacionales de tabaco está llegando a su fin y el daño sufrido por la población fumadora es a la vez que incalculable, de una dimensión tal que más tarde que temprano los diferentes sistemas de salud se verán afectados, de manera gravosa e irreversible, por los crecientes costos de atención que demandan esos pacientes.

Como se deduce de lo expuesto, estamos ante un problema de salud pública de primera magnitud, el cual amerita un tratamiento de la misma categoría, para beneficio de la salud de los colombianos y colombianas de la actual y futuras generaciones.

Con ello evitaremos que el problema se desborde y llegue a niveles como los alcanzados en países como los Estados Unidos de América, con los costos que ello supone para los sistemas públicos y privados de salud y para la comunidad en general.

Quisiera terminar estas reflexiones invocando la conclusión del estudio "Estrategias de las Compañías Tabacaleras para socavar las actividades de control del tabaco en la Organización Mundial de la Salud" –Reporte del Comité de Expertos en Documentos de la Industria del Tabaco– antes citado, página 244:

"Pero el significado de esta investigación puede descansar menos en lo que revela acerca del pasado, sino en lo que sugiere del presente y el futuro. Como la Organización Mundial de la Salud se embarca en una discusión global sobre el tabaco y la salud, y en la propuesta de una Convención Mundial para el Control del Tabaco, esta investigación invita a una revaluación del camino de la Organización Mundial de la Salud y sus estados miembros para comprender la epidemia global del uso del tabaco."

"Al nivel más elemental, esta investigación confirma que el uso del tabaco es diferente de otras amenazas para la salud del mundo. Las enfermedades infecciosas no utilizan firmas multinacionales de relaciones públicas. No existen grupos de interés para promover el propagamiento del cólera. Los mosquitos no utilizan grupos de presión. La evidencia presentada aquí sugiere que el tabaco es un caso único en sí mismo, y que reversar sus consecuencias en la salud mundial deberá ser no solamente entender la adicción y la cura de las enfermedades, sino justamente controlar una industria poderosa y determinada. Si esta investigación contribuye a esa comprensión, el comité de expertos habrá tenido éxito en su trabajo."

Por todo lo anterior los invito, Señores Congresistas, a emprender la tarea de analizar este problema y expedir las normas que podrán controlar el tabaquismo y sus funestos y mortíferos efectos en la salud de los colombianos presentes y futuros.

De los señores Senadores,

La Senadora de la República,

Viviane Morales Hoyos.

SENADO DE LA REPUBLICA
SECRETARIA GENERAL
Tramitación de Leyes

Santa Fe de Bogotá, D. C., 11 de agosto de 2000

Señor Presidente:

Con el fin de que se proceda a repartir el Proyecto de ley número 55 de 2000 Senado, "por la cual se protege la salud mediante acciones destinadas al control, consumo, venta y publicidad de los cigarrillos, tabaco y sus derivados", me permito pasar a su despacho el expediente de la mencionada iniciativa que fue presentada en el día de hoy ante Secretaría General. La materia de que trata el mencionado proyecto de ley es competencia de la Comisión Sexta Constitucional Permanente.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Manuel Enríquez Rosero.

PRESIDENCIA DEL HONORABLE SENADO
DE LA REPUBLICA

Santa Fe de Bogotá, D. C., 11 de agosto de 2000

De conformidad con el informe de Secretaría General, dése por repartido el proyecto de ley de la referencia a la Comisión Séptima copia del mismo a la Imprenta Nacional con el fin de que sea publicado en la ***Gaceta del Congreso***.

Cúmplase.

El Presidente del honorable Senado de la República,

Mario Uribe Escobar.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Manuel Enríquez Rosero.

C O N T E N I D O

Gaceta número 323 - Lunes 14 de agosto de 2000
SENADO DE LA REPUBLICA

Págs.

PROYECTOS DE LEY

Proyecto de ley número 53 de 2000 Senado, por medio de la cual se modifican parcialmente la Ley 14 de 1991, la Ley 182 de 1995 y la Ley 335 de 1996, y se establecen normas para la operación, programación y explotación de los canales regionales de televisión, y se dictan otras disposiciones. 1

Proyecto de ley número 55 de 2000 Senado, por la cual se protege la salud mediante acciones destinadas al control, consumo, venta y publicidad de los cigarrillos, tabaco y sus derivados 4

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA - 2000