

**Fundación InterAmericana del Corazón - Argentina
(FIC Argentina)**

www.ficargentina.org
Scalabrini Ortiz 2470 4° H, CP C1425DBS.
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Tel/fax: +54 11 4831 2238


institucional@ficargentina.org

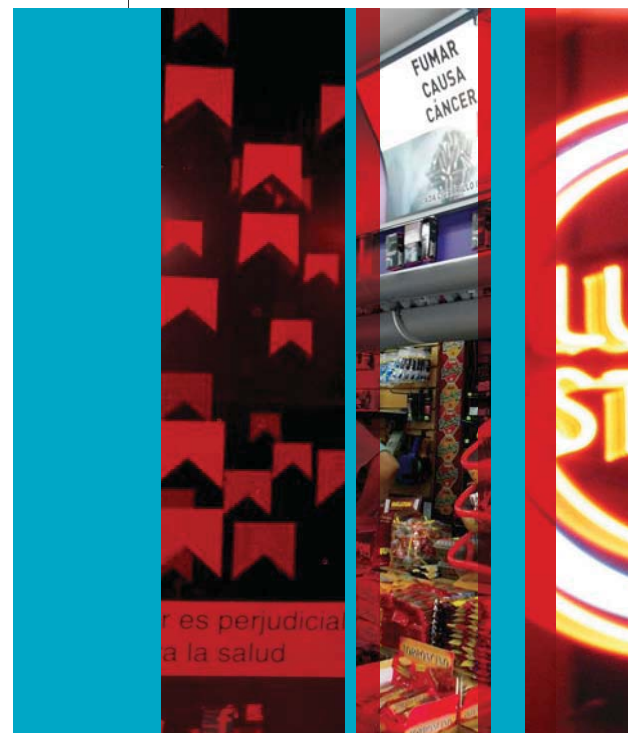
 @ficargentina

 /ficargentina

 /ficargentina


**Alianza Libre de Humo de Tabaco Argentina
(ALIAR)**

www.aliarargentina.org
institucional@aliarargentina.org
 /alianzalibredehumo



Publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco

POLÍTICAS PARA
PROTEGER EL DERECHO
A LA SALUD.



¿Por qué deben prohibirse la publicidad, promoción y patrocinio de tabaco?

Porque la publicidad, la promoción y el patrocinio de productos de tabaco:

- ➔ Incrementan la iniciación al consumo de tabaco
- ➔ Dificultan los intentos para dejar de fumar y refuerzan el consumo entre los jóvenes
- ➔ Instalan la idea de que el consumo de tabaco es algo habitual y socialmente aceptable
- ➔ Atenúan el efecto de las campañas de salud pública
- ➔ Debilitan las advertencias sobre las consecuencias del tabaco para la salud

El **Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT)**, consensado por más de 170 países, recomienda la **prohibición completa de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco.**



¿Por qué la prohibición parcial no es efectiva?

Las campañas de comercialización de cigarrillos combinan varias estrategias que utilizan tanto los medios masivos tradicionales (prensa escrita, televisión, radio y vía pública) como medios y acciones alternativos.

Cuando la publicidad y la promoción se prohíben parcialmente, la industria tabacalera reorienta su presupuesto y explota las excepciones para seguir llegando a sus potenciales clientes. De este modo, no se logra la efectiva reducción del consumo.

Los países tienen el derecho de restringir la comercialización de productos perjudiciales para proteger la salud pública. **Existen muchos precedentes para la prohibición de la publicidad de productos peligrosos o potencialmente peligrosos, aun cuando estos productos son comercializados legalmente**, como las armas de fuego, la pirotecnia o los medicamentos.

¿Qué dice la legislación argentina?



Recomendaciones internacionales

La **Ley Nacional N° 26.687** establece una prohibición amplia de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco. Sin embargo, contempla **excepciones**:

Para proteger la salud de la población, una legislación que restrinja la publicidad promoción y patrocinio de productos de tabaco debe:

La publicidad en el interior de los **puntos de venta**

La **publicidad directa a mayores de 18 años** que hayan aceptado recibir tal información y siempre y cuando no sea visible al público en general

El **patrocinio corporativo o empresarial** (aunque prohíbe el de marca)

No hace referencia a las acciones de responsabilidad social corporativa de las empresas tabacaleras



- ➔ Ser lo más completa posible y aplicarse a todas las acciones de comercialización y promoción, tanto directas como indirectas
- ➔ Prohibir la exhibición de los productos de tabaco en los puntos de venta, ya que los paquetes son en sí mismos una forma de publicidad
- ➔ Designar una autoridad de aplicación y establecer un sistema de multas y sanciones ante el incumplimiento
- ➔ Restringir la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos
- ➔ Incluir en los paquetes advertencias con imágenes y prohibir la utilización de términos engañosos como "light", "suave", "bajo alquitrán", etc.

Estas **excepciones debilitan la prohibición establecida por la ley** ya que son aprovechadas por la industria tabacalera para desarrollar novedosas estrategias de comercialización con el fin de seguir publicitando sus productos y ganar nuevos consumidores.

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