

FUNDACIÓN TIEMPO DE VIVIR, adhiere a la campaña #AltoALasTabacaleras:

Campaña #AltoALasTabacaleras: juntan firmas para prohibir completamente la publicidad de productos de tabaco

En Argentina, la ley nacional (n° 26.687) que regula la publicidad de cigarrillos establece una **prohibición parcial**. Por eso la industria tabacalera siempre encuentra la manera de continuar publicitando sus productos, especialmente a jóvenes y adolescentes.

FIC Argentina lanzó la [campaña de #AltoALasTabacaleras](#) para concientizar a la población sobre esta problemática e incidir en los tomadores de decisión para que se avance con una normativa que prohíba de forma completa la **publicidad, promoción, patrocinio y exhibición** de productos de tabaco.

La **ley n° 26.687** (sancionada en 2011) prohíbe la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco en forma directa o indirecta y a través de cualquier medio de difusión y comunicación, pero contempla las siguientes excepciones:

1. En el interior de los puntos de venta.
2. Publicaciones comerciales destinadas exclusivamente al sector tabacalero.
3. Las comunicaciones directas a mayores de dieciocho años (siempre que se haya obtenido el consentimiento previo y se haya verificado su edad).

En **2013** fue aprobado el reglamento de la ley que estableció algunas restricciones a la publicidad en los puntos de venta, prohibió la entrega de muestras gratis y el uso de cupones para participar de sorteos y concursos dentro de los paquetes de cigarrillos, entre otros puntos.

Sin embargo, al no haber una prohibición total, las empresas desarrollan **estrategias** para sortear la legislación vigente. Un claro ejemplo es la **exhibición de productos**: un [reciente relevamiento](#) de FIC Argentina demostró que el 91% de los puntos de venta relevados en Córdoba, La Plata, Mendoza, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Neuquén y Río Grande exhiben paquetes de cigarrillos.

“Las empresas diseñan constantemente acciones de marketing en los canales no regulados por la ley y así logran seguir en contacto con potenciales y actuales fumadores. Además de la exhibición de productos, desarrollan estrategias que contemplan el packaging, las herramientas de marketing digital, la comunicación directa, la presencia en festivales y eventos, entre otras acciones”, señaló **Marita Pizarro, codirectora ejecutiva de FIC Argentina**. Y agregó: “Es necesario que el Estado avance con una normativa alineada a los estándares internacionales y así impida el desarrollo de estas estrategias”.

La **publicidad de productos de tabaco** promueve la iniciación al consumo, disminuye la motivación para dejar de fumar, naturaliza el consumo e incentiva a los ex fumadores a que vuelvan a consumir. Frente a esto, la **prohibición completa** de toda forma de publicidad constituye una medida necesaria y eficaz para reducir el consumo en toda la población. La campaña **#AltoALasTabacaleras** busca exigir al Estado argentino que implemente esta medida, para eso se lanzó un [petitorio](#) donde se juntar firmas para potenciar este reclamo.

Argentina es un país que presenta una de las cifras de prevalencia de consumo de tabaco más altas de la región. Por día mueren alrededor de 122 personas por causas relacionadas al tabaquismo (unas 44.851 muertes al año), el 22,2% de la población adulta consume tabaco y la edad de inicio se sitúa entre los 12 y 15 años.

Links de interés:

<https://www.ficargentina.org/alto-a-las-tabacaleras/#>

<https://www.change.org/p/altoalastabacaleras>

Contacto de prensa: Camila Chidiak

Mail: prensa@ficargentina.org

Teléfono: 11-3682-7511

- **Más información:** www.tiempodevivir.org.ar / info@tiempodevivir.org.ar