

Ajuste legal

El nuevo Reglamento de la Ley General para el Control del Tabaco:

- Prohíbe toda forma de publicidad y promoción de productos de tabaco, incluida su exhibición en los puntos de venta.
- La prohibición de promoción y publicidad incluye redes sociales, servicios de streaming y cualquier otra forma de mercadotecnia digital.
- En los comercios, los consumidores sólo podrán conocer la disponibilidad y precio de los productos mediante listas escritas "sin logotipos, sellos o marcas".
- Los restaurantes deberán adaptar áreas exclusivas para fumar, donde no se servirán alimentos.
- Se amplía la lista de espacios públicos libres de humo de cigarro a: patios, terrazas, balcones, parques, áreas donde se congreguen niños y adolescentes, deportivos, playas, centros de espectáculos y entretenimiento, canchas, estadios, arenas, plazas comerciales, mercados, hoteles, paraderos de transporte y prisiones y centros de detención.



Algunos establecimientos de la capital mexicana todavía tienen expuestos los cigarrillos que venden.

A REVISIÓN

Uno de los puntos que tendrán que analizar los jueces:

Artículo 23 / Ley General para el Control del Tabaco

“Queda prohibido realizar toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de los productos elaborados con tabaco, en forma directa o indirecta, a través de cualquier medio de difusión o comunicación”.

POSTURA DE CÁMARAS DE COMERCIO

Exhibir el producto no es publicidad, por lo que el reglamento sería inconstitucional.