This PDF is Created by Simpo Word to PDF unregistered version - http://www.simpopdf.com

LEY No. 1.333/98

DE LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE TABACO Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- La presente ley regula la publicidad comercial y promoción de tabaco y bebidas alcohólicas y establece sanciones para quienes la infrinjan.

Artículo 2.- A los efectos de la presente ley considérase publicidad comercial o promoción a la información que tenga como finalidad orientar, inducir o estimular la compra o consumo de determinados productos o marcas.

Artículo 3.- Considérase tabaco a esta especie vegetal en su forma original y a sus productos derivados como ser: cigarrillos con o sin filtros, cigarros, picaduras para pipas y cualquier otra forma elaborada del tabaco, o productos que lo contengan.

Artículo 4.- A los efectos de esta ley se considera bebidas alcohólicas a aquéllas que contengan una graduación alcohólica desde cuatro grado de Gay Lussac, medido a veinte grados Celsius, destinados al consumo humano. La graduación alcohólica deberá estar impresa en el recipiente de expendio de las bebidas alcohólicas.

Artículo 5.- Las disposiciones de esta ley no serán aplicables a los productos que contengan alcohol etílico y que hayan sido autorizados como medicamentos por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

CAPITULO II: DE LA PUBLICIDAD DE TABACO Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 6.- La publicidad de tabaco y bebidas alcohólicas no se difundirá por televisión abierta ni por cable, cuando se trate de programas locales, desde las 06:00 horas hasta las 20:00 horas y no se difundirá por radio AM-FM desde la 6:00 horas hasta las 13:00 horas, con excepción de los programas políticos, económicos y sociales y los noticieros del mediodía dirigidos al público adulto. Las promociones de tabaco y bebidas alcohólicas y los auspicios de eventos sociales, culturales y deportivos locales e internacionales que hagan sólo referencia a la marca y nó a la mecánica o promociones de consumo, están exentas de esta prohibición.

Artículo 7.- La publicidad por medios masivos de comunicación escrita nacionales (periódicos, revistas), en la vía pública, en instituciones públicas y en lugares de acceso público (volantes, carteles, murales, calcomanías y otros similares) en forma impresa, ilustrada o luminosa, así como los spots televisivos, incluirán dentro del mismo contexto de la publicidad, en un espacio no menor del diez por ciento del total del aviso publicitario, la siguiente leyenda en forma claramente legible y con contraste:

a) En los productos que contengan tabaco se deberá incluir lo siguiente: "FUMAR PRODUCE CÁNCER Y ENFERMEDADES RESPIRATORIAS.
Lo advierte el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social"; y
b) Para las bebidas alcohólicas se deberá incluir lo siguiente: "SU CONSUMO EN

This PDF is Created by Simpo Word to PDF unregistered version - http://www.simpopdf.com

EXCESO DAÑA LA SALUD ESTA PROHIBIDA SU VENTA. A LOS MENORES DE 18 AÑOS. Lo advierte el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social".

La publicidad televisiva de tabaco y bebidas alcohólicas debe incluir al final de cada tanda publicitaria una placa con las advertencias de los incisos a) y b) de este artículo, con una duración no menor de tres segundos.

Artículo 8.- Prohíbese la publicidad de tabaco y bebidas alcohólicas con las siguientes formas:

a) que utilice imágenes de menores como así también aquellas en la que se utilizan figuras o personajes representativos de niños o adolescentes;
b) que estén relacionadas con ambientes familiares, a menos que las personas que aparezcan en ellas sean mayores de edad y estén en reuniones propias de adultos;

c) que estén vinculadas con actividades deportivas o atléticas que requieran buen estado físico, o que de cualquier forma se asocie con la práctica de ellos. Se excluyen de esta prohibición los auspicios de actividades deportivas motorizadas como autos, motos, lanchas, en donde solamente se hará mención de la marca de los productos;

d) que contenga imágenes relacionadas directa o indirectamente con el acto sexual o que sugiera, que estimule o facilite dicho acto;
e) que induzcan al abuso o consumo excesivo e irresponsable del producto;

f) que expresen o pretendan persuadir al público de que dichos productos son benéficos para la salud, o que promueven el bienestar familiar o personal, o la promoción social, económica, política o cultural del consumidor; y,

g) como pasacalles.

El contenido de la publicación debe ser de carácter informativo y no persuasivo.

Artículo 9.- Prohíbese la utilización por los atletas, en competencias deportivas, de atuendos, maletines, bolsones y otros objetos que contengan publicidad de tabaco y bebidas alcohólicas. Esta restricción se extiende durante el desarrollo de las competencias deportivas a los planteles técnicos o de apoyo. Se excluyen de esta prohibición las máquinas, pilotos, copilotos y técnicos de apoyo de actividades deportivas motorizadas (autos, motos, lanchas).

Artículo 10.- Prohíbese la instalación de carteles, murales, calcomanías u otros similares, distribución de volantes, degustación y propagación de publicidad a través de sonidos, de tabaco y bebidas alcohólicas, dentro o hasta ciento cincuenta metros a la redonda, de las instituciones de enseñanza, de los establecimientos de salud, de los locales de la administración pública, incluyendo la publicidad que indique u oriente a los lugares mencionados. En los campos deportivos o clubes sociales, se podrá hacer publicidad con carteles solamente enunciativos del producto o marca, y en ellos la advertencia del Artículo 7º ocupará el 10% (diez por ciento) del espacio publicitario.

Artículo 11.- La degustación u ofrecimiento gratuito de un producto y su marca al consumidor potencial para su aceptación o rechazo podrá realizarse a través de personal

This PDF is Created by Simpo Word to PDF unregistered version - http://www.simpopdf.com

mayor de dieciocho años, y entregadas solo a consumidores potenciales mayores de dieciocho años.

Artículo 12.- La extensión y duración de la publicidad comercial de tabaco y bebidas alcohólicas tendrán las siguientes limitaciones:

a) los carteles o murales dentro de ciudades, en puntos de venta, fachadas, edificios, azoteas, terrenos públicos o privados tendrán una medida máxima de cincuenta metros cuadrados. En rutas de todo el país la medida máxima será de setenta metros cuadrados;
b) la publicidad escrita que aparezca en periódicos, revistas, volantes o calcomanías no podrá exceder de novecientos centímetros cuadrados (seis columnas por treinta centímetros);
c) los avisos radiales y televisivos no podrán tener una duración mayor de treinta segundos y una frecuencia diaria no mayor de diez veces, por marca, por producto y por medio;
d) la publicidad en cine se permitirá solamente durante la exhibición de películas dirigidas a personas mayores de dieciocho años; y,
e) la publicidad a través del correo, teléfono u otros medios no tradicionales, deberá ser dirigida solamente a personas mayores de dieciocho años.

Artículo 13.- Las promociones indirectas de tabaco y bebidas alcohólicas, basadas en concursos, juegos, premios o regalos, no podrán hacer mención directa a la mecánica ni a los detalles de éstas, debiendo limitarse a derivar al público a los centros de distribución para la obtención de dicha información.

Artículo 14.- Se prohíbe la publicidad o promoción de tabaco y bebidas alcohólicas, sin que los productos a ser publicitados o promocionados se hallen debidamente registrados en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

Artículo 15.- Para la difusión de los mensajes publicitarios por medios masivos, se abonaran los aranceles establecidos por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, que tendrán un valor equivalente al doble de lo que corresponde a la publicidad de otros productos.

Artículo 16.- En la televisión por cable las disposiciones de esta ley se aplicarán solamente a los programas de producción o realización propia o local.

CAPÍTULO III DEL ÓRGANO DE APLICACIÓN

Artículo 17.- El Departamento de Control de Publicidad y Promoción del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social será el organismo responsable de la aplicación de la presente ley, pudiendo actuar de oficio o por denuncia de cualquier persona hábil en los casos de transgresión de sus disposiciones. Las denuncias deberán ser presentadas por escrito, con expresa indicación de la publicidad o promoción sindicada y el medio de comunicación o, en su caso, el mecanismo a través del cual se está realizando.
El Departamento de Control de Publicidad y Promoción del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social podrá ordenar, vista la gravedad de la denuncia y como medida cautelar, el levantamiento inmediato de la publicidad o promoción, ínterin se substancie la denuncia presentada, y deberá expedirse sobre la denuncia en el plazo de cinco días.

This PDF is Created by Simpo Word to PDF unregistered version - http://www.simpopdf.com

Artículo 18.- Contra la medida cautelar que ordena el levantamiento de una publicidad o promoción, y contra la resolución que la prohíbe e impone la sanción correspondiente, podrá interponerse el recurso de reconsideración dentro del plazo de dos días.
Denegado el recurso de reconsideración procederá la interposición del recurso de apelación ante el Ministerio de Salud Pública en el plazo de cinco días, contados a partir de la notificación de la resolución.
El Ministro de Salud Pública y Bienestar Social deberá expedirse en el plazo de cinco días, y en caso contrario se considerará rechazado el recurso y quedara expedita la vía del procedimiento contencioso-administrativo ante el Tribunal de Cuentas.

Artículo 19.- Los plazos establecidos en la presente ley se contarán en días hábiles y son de carácter perentorio e improrrogable.

CAPÍTULO IV DE LAS SANCIONES

Artículo 20.- La persona física o jurídica dedicada a la publicidad y el medio masivo de comunicación social, así como los propietarios o administradores de locales de venta, fijos o ambulantes, que infringieran las prohibiciones establecidas en la presente ley, serán castigados con el levantamiento de la publicidad o promoción cuestionada y una multa de diez a cincuenta jornales mínimos para actividades diversas no especificadas. La primera reincidencia será castigada con el doble de la multa abonada en la primera instancia.

Artículo 21.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Aprobado el Proyecto de Ley por la Honorable Cámara de Diputados, a once días del mes de junio del año un mil novecientos noventa y ocho, y por la Honorable Cámara de Senadores, a diez días del mes de setiembre del año un mil novecientos noventa y ocho, quedando sancionado el mismo, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 207, numeral 3 de la Constitución Nacional.

Walter Hugo Bower Montalto
Presidente H. Cámara de Diputados
Luis Angel González Macchi
Presidente H. Cámara de Senadores
Juan Dario Monges Espínola
Secretario Parlamentario
Ada Solalinde de Romero
Secretaria Parlamentaria

Asunción, 13 de octubre de 1998
Téngase por Ley de la República, publíquese e insértese en el Registro Oficial.

El Presidente de la República
Raúl Cubas Grau
Carmen Frutos de Almada
Ministra de Salud Pública y Bienestar Social