



## La causa por la que el cigarrillo queda fuera de vitrinas de tiendas

**Consejo de Estado considera que exhibición es publicidad. Ya no se podrá mostrar este producto.**

Tres ciudadanas acaban de ganarles un pulso a la industria del tabaco en el país y a la Superintendencia de Industria y Comercio consiguiendo que el Consejo de Estado suspendiera temporalmente –mientras toma una decisión de fondo– dos circulares del 2012 que permitían la exhibición de cigarrillos en tiendas, supermercados y licorerías.

La demanda la interpusieron Esperanza Cerón, Marian Lorena Ibarra y Liliana Andrea Ávila, contra las circulares 005 y 011 del 2012. **En esas resoluciones la Superintendencia de Industria y Comercio expidió unos “criterios mínimos sobre la manera de exhibición al público del tabaco y sus derivados como los cigarrillos, para prevenir que se pueda constituir en una forma de publicidad”.**

Esas medidas aplicaban tanto para tiendas pequeñas como para grandes almacenes de cadena y contemplaban, por ejemplo, que las cajetillas no podían ser directamente accesibles al público, sino que debían estar detrás de mostradores o de cajas registradoras, para impedir el “autoservicio”. Además, establecía la disposición de los productos en hileras, clasificados por marcas.

Las ciudadanas que interpusieron el recurso afirmaron que dichas circulares violan el convenio marco del 2003 de la Organización Mundial de Salud para el Control de Tabaco, **que prohíbe toda forma de publicidad de productos de tabaco.**

Ese convenio de la OMS, suscrito por Colombia, considera que la prohibición total “en cuanto a la promoción, publicidad y patrocinio de los productos derivados del tabaco reduciría su consumo”, por lo que impuso la obligación de los Estados de prohibir la exhibición de cigarrillos.

**En el proceso la Superintendencia de Industria y Comercio consideró que se debía negar la solicitud afirmando que el Convenio de la OMS da “pautas generales” que los Estados “deberán aplicar” según sus normas internas.** Así, para la Súper, no era posible prohibir la exhibición total de cigarrillos porque esto “estaría limitando una actividad que es lícita”.

El Consejo de Estado niega los argumentos de la Súper e indica que el convenio de la OMS es claro en que “toda forma de exhibición de productos de tabaco en sí misma es una forma de promoción para su consumo, toda vez que crea la impresión de que el consumo



del producto es aceptable y dificulta la posibilidad de que los consumidores dejen el hábito”.

En el 2009 se sancionó en Colombia la ley antitabaco que estableció a partir del 21 de julio del 2011 la prohibición total de toda forma de publicidad de productos de tabaco en medios de comunicación. La Corte Constitucional estableció en el 2010 que esa normativa es exequible porque protege los derechos a la vida, la salud, entre otros.

Diario EL TIEMPO, 26 de Agosto de 2016. Página 6