

Situación de la provincia de Jujuy en materia de políticas de control de tabaco

La epidemia del tabaquismo es un problema global para la salud pública que afecta a casi 9 millones de personas anualmente. La evidencia científica establece de manera inequívoca que el consumo y la exposición a humo de tabaco causan enfermedad, discapacidad y muerte con consecuencias devastadoras a nivel social, económico y ambiental. A su vez, el tabaquismo golpea especialmente a los grupos sociales más vulnerables, por lo que genera un círculo vicioso de pobreza y enfermedad, y es por eso que ha sido internacionalmente reconocido como una barrera para el desarrollo sustentable¹.

En Argentina, la edad de inicio en esta adicción es cada vez más baja, situándose alrededor de 12 años². La constante publicidad de productos de tabaco a la que están expuestos/as niñas, niños y adolescentes³ tiene gran injerencia ya que las acciones publicitarias incentivan la iniciación y naturalizan el consumo de estos productos. Es por eso que la industria tabacalera, cuyos intereses son irreconciliables con la

salud pública, continúa desarrollando estrategias de marketing innovadoras a través de diversos canales comunicacionales para aumentar el consumo de sus productos.

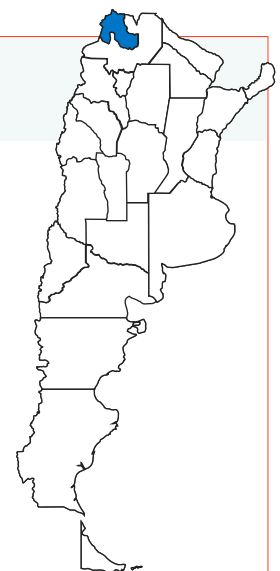
Además, un tercio de la población de Argentina se encuentra expuesta al humo de tabaco ajeno. La Organización Mundial de la Salud, a través del Convenio Marco para el Control de Tabaco, recomienda su completa eliminación en las áreas públicas y privadas cerradas de acceso público para proteger a no fumadores y a fumadores. Esta medida reduce el consumo de tabaco al tiempo que desnaturaliza la conducta y desincentiva el inicio en niñas, niños y adolescentes.⁴

La promoción de políticas de control de tabaco, con su correcta implementación y fiscalización, constituye la respuesta más efectiva para proteger el derecho humano a la salud.

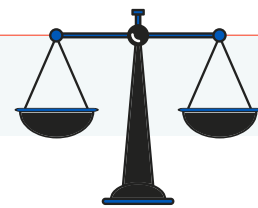
La provincia en números

Según la última Encuesta Nacional de Factores de Riesgo, el **18,8% de la población mayor de 18 años** de Jujuy consume tabaco.⁵ A su vez, según un estudio de la SEDRONAR (2017), el **27,6% de los adolescentes jujeños de 12 a 17 años y el 60,1% de los jóvenes de 18 a 24 años** han consumido productos de tabaco alguna vez en su vida.⁶

Por otro lado, se registró que un **41,3%** de las personas mayores de 18 años que acudieron a comercios donde se comercializan productos de tabaco percibieron publicidad de cigarrillos⁵.



Marco legal provincial

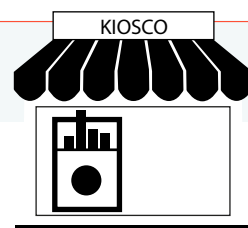


Jujuy no cuenta con una ley en materia de control de tabaco que regule la publicidad ni los ambientes libres de humo. Tampoco ha adherido a la Ley Nacional de Control de Tabaco (26.687). Sin embargo, en el fallo “Nobleza Piccardo S.A.I.C. y F. c/ Provincia de Santa Fe, 188/2006 (42-N)/CS1, (2015)”, la Corte Suprema de Justicia de la Nación establece que la Ley Nacional es un **estándar mínimo en relación con la protección de la salud**, por lo que es de aplicación en todo el país, a menos que la jurisdicción tenga una ley con un estándar superior. Por lo tanto rige una protección parcial de publicidad, promoción y patrocinio y la implementación de ambientes 100% libres de humo.

Esta ley no contempla:

- › Prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio y exhibición de productos
- › Regulación de nuevos productos

Kioscos



FIC Argentina realizó un estudio⁷ para evaluar el marketing de productos de tabaco en diez provincias argentinas en 2021: San Juan, La Rioja, Misiones, Chaco; Catamarca; Corrientes; Salta; Jujuy; Chubut y Entre Ríos.

El **54,24%** de los puntos de venta (PDV) relevados en San Salvador de Jujuy presentó algún tipo de publicidad* de cigarrillos o productos relacionados. A su vez, en un **80%** de los PDV se registró exhibición de productos en estanterías y en un **61,67%** de los PDV dichas estanterías con cigarrillos son visibles desde el exterior.

Por otro lado, se registró un **25,42%** de incumplimiento respecto a la Ley Nacional de Control de Tabaco, aplicable a la provincia de Jujuy.

* Se considera como publicidad a la presencia de: atados de cigarrillos utilizados como elementos de decoración; carteles con logo y/o marca que publicitan productos de tabaco; carteles sin logo y/o marca pero que contienen referencias, alusiones o slogans relacionados a productos de tabaco; estanterías de cigarrillos provistas por la industria y/o estanterías de tabaco para armar; carteles publicitarios de cigarrillos electrónicos; objetos publicitarios asociados a cigarrillos y/o tabaco para armar.



Foto 1. Exhibición de productos y carteles publicitarios en estantería provista por la industria.



Foto 2. Cartel publicitario en estantería provista por la industria con efectos luminosos, visible desde el exterior del PDV.



Foto 3. Exhibición de productos como decoración en carteles publicitarios en estanterías provistas por la industria con efectos luminosos.



Foto 4. Exhibición de productos y carteles publicitarios en estantería provista por la industria con efectos luminosos.



Foto 5. Cartel publicitario colgante móvil.



Foto 6. Cartel publicitario.



Foto 7. Exhibición de productos y carteles publicitarios en estanterías provistas por la industria.

Recomendaciones para Jujuy

- › Avanzar en la promoción de una ley de control de tabaco integral provincial.
- › Prohibir la publicidad de tabaco en todos los puntos de venta incluyendo la prohibición de exhibición de productos.
- › Establecer ambientes 100% libres de humo.
- › Incluir a los nuevos productos de tabaco en la regulación.
- › Incorporar en dicha normativa mecanismos apropiados para su efectiva implementación y fiscalización.

Referencias

- 1 Organización Mundial de la Salud. Convenio Marco para el Control de Tabaco.OMS,2003. Disponible en https://www.who.int/fctc/text_download/es/
- 2 SEDRONAR, Estudio Nacional Informe de Resultados N° 1 en población de 12 a 65 años, sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas. 2017. Disponible en <http://www.observatorio.gov.ar/media/k2/attachments/2017-10-05ZEncuestaZHogaresZconZcuestionario.pdf>
- 3 Organización Mundial de la Salud. Directrices para la aplicación del artículo 13 (Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco) del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. OMS,2008. Disponible en https://www.who.int/fctc/treaty_instruments/article_13_es_r.pdf?ua=1
- 4 Guidelines for Implementation of Article 8 Guidelines on the Protection from Exposure to Tobacco Smoke: WHO Framework Convention on Tobacco Control Availablehttp://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/article_8/en/
- 5 Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación; 4ta Encuesta Nacional de Factores de Riesgo; 2018.
- 6 Estudio Nacional en Población de 12 a 65 años Sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas - Principales resultados de la provincia de Jujuy (2017), SEDRONAR, Argentina.
- 7 FIC Argentina. Marketing de productos de tabaco en los puntos de venta de diez provincias argentinas; 2021. Disponible en: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2022/06/2206_10prov_PDV.pdf