

Situación de la provincia de Misiones 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 sustentable.¹

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.

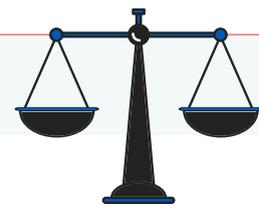
La provincia en números

Según la última Encuesta Nacional de Factores de Riesgo, el **15,8% de la población mayor de 18 años** de Misiones consume tabaco. Por otro lado, se registró que un 31,8% de las personas mayores de 18 años que acudieron a comercios donde se comercializan productos de tabaco percibieron publicidad de cigarrillos, valor inferior al promedio nacional⁵.

A su vez, según el Estudio Nacional en Población de 12 a 65 años sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas, el **16,7% de los adolescentes** de 12 a 17 años de Misiones y el **26,5% de los jóvenes** de 18 a 24 años consumieron productos de tabaco alguna vez en su vida⁶.



Marco legal provincial



En 2016, mediante la Ley XVII – Nro. 94, la provincia adhirió a la Ley Nacional de Control de Tabaco 26.687.

Esta norma abarca:

- › Ambientes 100% libres de humo
- › Restricción parcial a la publicidad, promoción y patrocinio

Kioscos



FIC Argentina realizó un estudio observacional⁷ para evaluar el marketing de productos de tabaco en puntos de venta en 10 provincias argentinas durante el año 2021. De la evaluación realizada en la ciudad de Posadas, el **72% de los kioscos relevados en presentó algún tipo de publicidad*** de cigarrillos o productos relacionados. En un **52%** de los puntos de venta se utilizan atados de decoración como estrategia publicitaria, en un **52%** se utilizan carteles publicitarios y en un **40%** objetos relacionados a marcas de cigarrillos y/o tabaco para armar. A su vez, en un 62% de los kioscos se registró exhibición de productos en estanterías y en un 78%, dichas estanterías con cigarrillos son visibles desde el exterior.



Foto 1. Exhibición de productos y carteles publicitarios en estanterías provistas por la industria.



Foto 2. Exhibición de productos en estantería provista por la industria con efectos luminosos.

* 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 3. Exhibición de productos y carteles publicitarios en estanterías provistas por la industria con efectos luminosos.



Foto 4. Exhibición de productos (tabaco para armar).



Foto 5 y 6. Exhibición de productos y carteles publicitarios en estantería provista por la industria con efectos luminosos.



Foto 7. Exhibición de productos.

Recomendaciones para Misiones

- › Prohibir de forma completa la publicidad, promoción y patrocinio, incluida la exhibición de los productos de tabaco en todos los puntos de venta.
- › Abarcar a los nuevos productos de tabaco en las regulaciones.
- › Incluir 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 Available http://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 Sedronar; Estudio Nacional en Población de 12 a 65 años Sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas - Principales resultados de la provincia de Misiones; 2017.
- 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