

## Situación de la provincia de Río Negro 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.<sup>1</sup>

En Argentina, la edad de inicio en esta adicción es cada vez más baja, situándose alrededor de 12 años<sup>2</sup>. La constante publicidad de productos de tabaco a la que están expuestos/as niñas, niños y adolescentes<sup>3</sup> 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

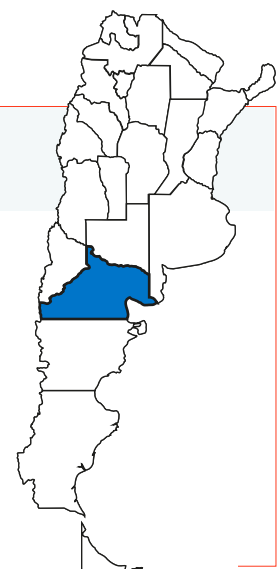
salud pública, continúa desarrollando estrategias de marketing innovadoras a través de diversos canales comunicacionales para aumentar el consumo de sus productos.

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<sup>4</sup>.

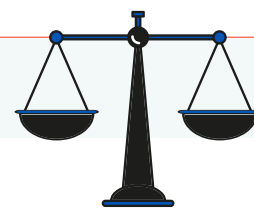
**La promoción de políticas de control de tabaco, con su correcta implementación y fiscalización, constituye la respuesta más efectiva para proteger el derecho humano a la salud.**

### La provincia en números

Según la última Encuesta Nacional de Factores de Riesgo, el **21,3%** de la población mayor de 18 años rionegrina consume tabaco, cifra que supera el promedio nacional. Por otro lado, con relación a los niveles de exposición al humo ajeno, las y los rionegrinos se ven afectados tanto en el hogar (14,4%), como en el trabajo (9,2%) y en bares y restaurantes (8,8%). Por último, se registró que un 37,3% de las personas mayores de 18 años que acudieron a comercios donde se venden cigarrillos percibieron publicidad<sup>5</sup>.

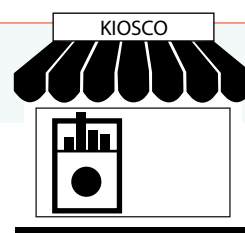


## Marco legal provincial



En la actualidad, la normativa vigente en la provincia de Río Negro se rige por la Ley 4.714, que prohíbe la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco a través de cualquier medio de difusión o comunicación, contemplando las siguientes excepciones: el interior de los puntos de venta y las publicaciones comerciales destinadas exclusivamente a personas y/o instituciones vinculadas directamente con la industria del tabaco<sup>6</sup>. De este modo, se permite tanto la exhibición de producto como la presencia de cartelera, siempre y cuando la misma no esté ubicada sobre el frente del local, de forma que sea visible desde el exterior, ni exhibida a través de escaparates, exhibidores, expositores y amoblamientos comerciales ubicados sobre el frente del local y visibles desde el exterior, y sea de un tamaño menor a 30x30cm, cuente con la advertencia sanitaria con texto e imagen fijados por ley, no sea móvil ni cuente con luz propia, y haya una cantidad de máximo dos carteles por marca (por aplicación de la Ley Nacional Nro. 27.687).\*

## Kioscos:



FIC Argentina realizó un estudio<sup>7</sup> para evaluar el marketing de productos de tabaco en cinco provincias (San Luis, Río Negro, Córdoba, Tierra del Fuego y Santa Cruz) durante enero de 2022. En el caso de Río Negro se relevaron las siguientes ciudades: General Roca, Cinco Saltos, Allen y Cipolletti. Las estrategias publicitarias más utilizadas permitidas por la normativa fueron:

- › **64,3%** Exhibición de paquetes de decoración.
- › **56%** Exhibición de productos a la venta.
- › **48%** Presencia de carteles publicitarios sin logo y/o marca.
- › **28,6%** Presencia de carteles publicitarios con logo y/o marca.

\* 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 a la ley nacional como 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 ejemplo, lo que sucede en el caso de Córdoba). En este fallo se debatió si Santa Fe, como provincia, podía avanzar con un estándar superior a la ley nacional en materia de control de tabaco. La Corte Suprema sostuvo la competencia de las jurisdicciones subnacionales para avanzar en este sentido, reconociendo, además, que la ley nacional es un estándar mínimo de protección al derecho a la salud que rige en todo el país.



**Foto 1:** Exhibición de productos a la venta, cigarrillos.



**Foto 2:** Exhibición de productos a la venta, cigarrillos. Cartel sin logo y marca.



**Foto 3:** Exhibición de productos a la venta, cigarrillos.



**Foto 4:** Exhibición de productos a la venta, cigarrillos. Cartel sin logo y marca.



**Foto 5:** Exhibición de atados de decoración. Carteles con logo.



**Foto 6:** Carteles sin logo y marca. Exhibición de atados de decoración.



**Foto 7:** Carteles sin logo y marca, exhibición de atados de decoración.



**Foto 8:** Cartel con logo y/o marca, menor a 30x30cm, con advertencia sanitaria. Cartel con logo mayor a 30x30cm. Exhibición de atados de decoración.

A su vez, se ha registrado en un 21.42% de los puntos de venta de la provincia de Río Negro una estrategia novedosa, que implica el uso de carteles sin logo, marca ni inscripciones, en la mayoría de los casos con paquetes de decoración exhibidos sobre los mismos.



**Foto 9 y 10:** Cartel sin logo, marca ni inscripciones con paquetes exhibidos sobre los mismos.



**Foto 11:** Cartel sin logo, marca ni inscripciones con paquetes exhibidos sobre los mismos. Exhibición de atados a la venta.

Por último, se observó una recurrente violación a la normativa: la aparición de carteles de más de 30x30 con logo en un 12,5% de los puntos de venta.



Foto 12 y 13: Violación a la normativa: cartel con logo de más de 30x30

## Recomendaciones para Río Negro

- › Analizar las nuevas estrategias de marketing de la industria y a partir de ese insumo ampliar la definición de publicidad con el objetivo de incluir las nuevas estrategias que actualmente no son abarcadas.
- › Prohibir de forma completa toda publicidad y exhibición de productos de tabaco en todos los puntos de venta.
- › Incluir a los nuevos productos de tabaco en la normativa provincial de Control de Tabaco.
- › Incluir en la 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/](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](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/](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 FIC. Reporte de investigación: Protocolo observacional de publicidad, promoción y patrocinio en kioscos de 6 localidades de Argentina. 2019. Disponible en [https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2019/09/1909\\_protocolo\\_corto\\_PPP.pdf](https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2019/09/1909_protocolo_corto_PPP.pdf)
- 7 FIC Argentina. Marketing de productos de tabaco en puntos de venta de cinco provincias argentinas; 2022. Disponible en: [https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2022/04/2204\\_PPP\\_PDV.pdf](https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2022/04/2204_PPP_PDV.pdf)