

## Situación de la provincia de La Rioja 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>.

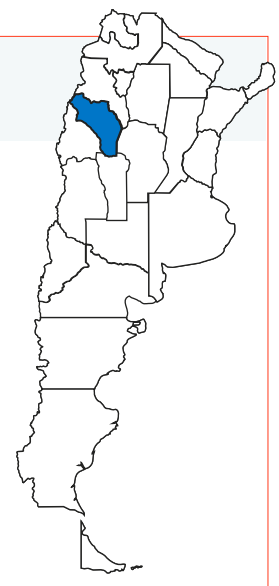
En Argentina, la edad de inicio en esta adicción es cada vez más baja, situándose alrededor de 12 años<sup>2</sup>. La constante publicidad de productos

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.

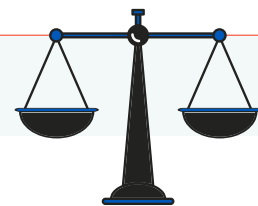
**La promoción de políticas de control de tabaco, con su correcta implementación y fiscalización, constituye la respuesta más efectiva para proteger el derecho humano a la salud.**

### La provincia en números

Un estudio del SEDRONAR mostró que el **19% de los adolescentes de 12 a 17 años y el 47,7% de los jóvenes de 18 a 24 años** han consumido productos de tabaco alguna vez en su vida<sup>2</sup>. Por otro lado, según la última Encuesta Nacional de Factores de Riesgo, el **20,9% de la población mayor de 18 años** de La Rioja consume tabaco y el 56,8% de las personas que acudieron a puntos de venta donde se comercializan productos de tabaco percibieron publicidad de cigarrillos, en un valor superior al promedio nacional<sup>4</sup>.



## Marco legal provincial

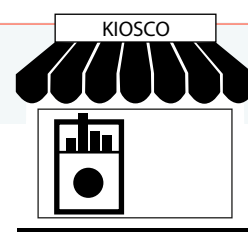


En 2016 la provincia adhirió a la Ley Nacional 26.687 por medio de la Ley 9.815 que establece una restricción parcial de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco e incluye la implementación de ambientes 100% libres de humo.

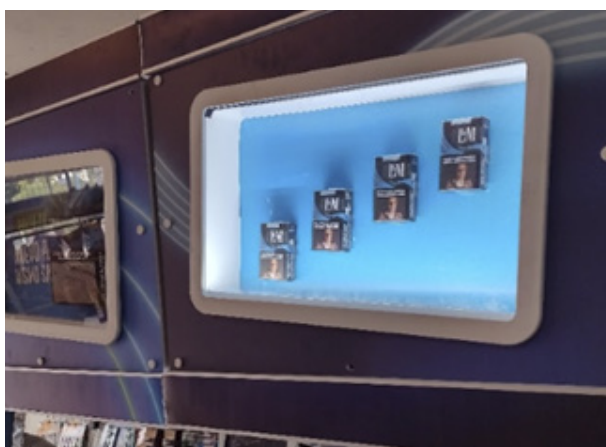
Esta normativa no contempla:

- › Prohibición completa de publicidad y de exhibición de productos en puntos de venta (kioscos y aplicaciones móviles)
- › Regulación de nuevos productos

## Kioscos



FIC Argentina realizó un estudio observacional para evaluar el marketing de productos de tabaco en puntos de venta en 10 provincias argentinas durante el año 2021<sup>5</sup>. En la Ciudad de la Rioja el **52,83%** de los puntos de venta relevados presentó algún tipo de publicidad\* de cigarrillos o productos relacionados. En un **30,19%** de los puntos de venta (PDV) se utilizan atados de decoración como estrategia publicitaria y en un **45,28%** se utilizan carteles publicitarios. A su vez, en un **79,25%** de los PDV se registró exhibición de productos en estanterías y en un **77,36%** dichas estanterías con cigarrillos son visibles desde el exterior.



**Foto 1.** Exhibición de productos en estanterías provistas por la industria con efectos luminosos.



**Foto 2.** Carteles publicitarios donde las advertencias sanitarias se encuentran tapadas parcialmente por otras publicidades.

\* 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. Cartel publicitario en estantería provista por la industria.



Foto 4. Exhibición de productos de tabaco.



Foto 5. Exhibición de productos y carteles publicitarios en estanterías provistas por la industria con efectos luminosos.



Foto 6. : Exhibición de productos, visibles desde el exterior del PDV.

## Recomendaciones para La Rioja

- › Prohibir la publicidad de tabaco, incluida la exhibición de productos, 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/](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 Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación; 4ta Encuesta Nacional de Factores de Riesgo; 2018.
- 5 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](https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2022/06/2206_10prov_PDV.pdf)