

Situación de la provincia de Salta 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 23% de la población mayor de 18 años de Salta consume tabaco, cifra mayor al promedio nacional (22,2%)⁵. A su vez, según un estudio de la SEDRONAR el 29,5% de los adolescentes de 12 a 17 años y el 52,5% de los jóvenes de 18 a 24 años consumieron productos de tabaco alguna vez en su vida⁶. Por otro lado, se registró que un 44% de las personas mayores de 18 años que acudieron a comercios donde se comercializan productos de tabaco percibieron publicidad de cigarrillos⁵.



Marco legal provincial



En el 2010, Salta sancionó la ley 7631 que crea el Programa Provincial de Control y Prevención del Tabaquismo. Esta ley, modificada por la ley 7903/2015, prevé la creación de ambientes libres de humo.

A su vez, por aplicación del fallo "*Nobleza Piccardo S.A.I.C. y F. c/ Provincia de Santa Fe, 188/2006 (42-N)/CSI, (2015)*", la Ley Nacional de Control de Tabaco es un estándar mínimo en relación con la protección de la salud, por lo que es de aplicación en todo el país, independientemente de si la provincia adhirió o no, a menos que la jurisdicción tenga una ley con un estándar superior. Por lo tanto, toda vez que Salta no cuente con una regulación en materia de publicidad, promoción y patrocinio, rige el estándar de la Ley Nacional que establece una restricción parcial.

Esta normativa nacional no contempla:

- › Prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio, incluida a exhibición, de productos de tabaco.
- › Regulación de nuevos productos, como los calentadores de tabaco.

Kioscos



En un estudio observacional realizado por FIC Argentina⁷, el 64% de los puntos de venta relevados presentó algún tipo de publicidad* de cigarrillos y/o productos relacionados. La utilización de atados de decoración como estrategia publicitaria se registró en un 44% y la presencia de carteles publicitarios en un 46%. Por otro lado, se observó un 64% de exhibición de productos en estanterías.

* 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 en estanterías provistas por la industria con efectos luminosos. Presencia de carteles publicitarios.



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



Foto 3. Exhibición de productos.



Foto 4. Exhibición de productos en estanterías provistas por la industria con efectos luminosos. Presencia de carteles publicitarios.

Aplicaciones móviles

Durante el mes de agosto de 2022, FIC Argentina realizó un relevamiento de aplicaciones de comercio móvil en Salta capital, específicamente de Rappi y Pedidos Ya. En el estudio, se constató que **ninguna** de las apps disponibles **solicitó una forma de identificación fehaciente (como la utilización de un documento nacional de identidad) ni la edad** de la persona que se registra que permitiera identificar si el usuario/a era o no mayor de 18 años de edad.



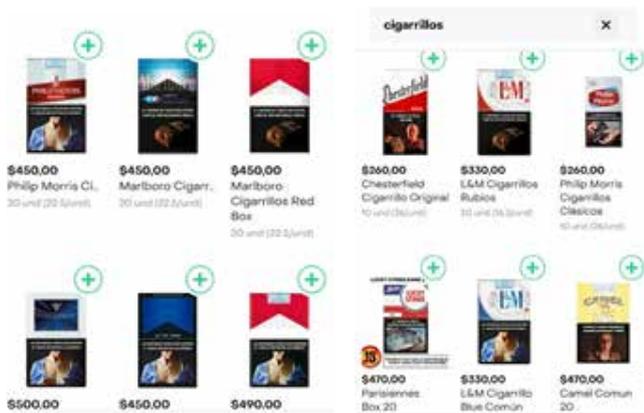


Foto 5. Productos de tabaco ofrecidos. Pedidos Ya Salta. Rappi Salta.

En el caso de Pedidos Ya, en uno de los comercios, para acceder a ver los productos de tabaco era necesario ingresar en la opción "validar edad". Sin embargo, cuando se ingresa allí solo se solicita seleccionar si la persona es o no mayor de edad, sin ningún tipo de validación.

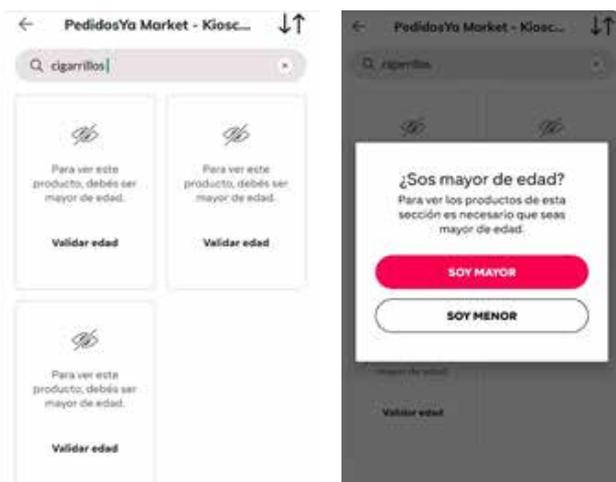


Foto 6. Requisito de validación de edad para mostrar los productos de tabaco. Pedidos Ya Salta.

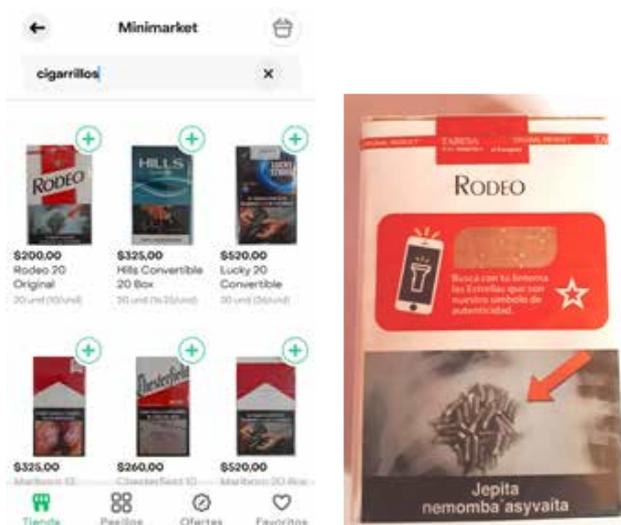


Foto 7. Publicación y entrega de paquete de cigarrillos Marca Rodeo con advertencia sanitaria en guaraní. Rappi Salta.

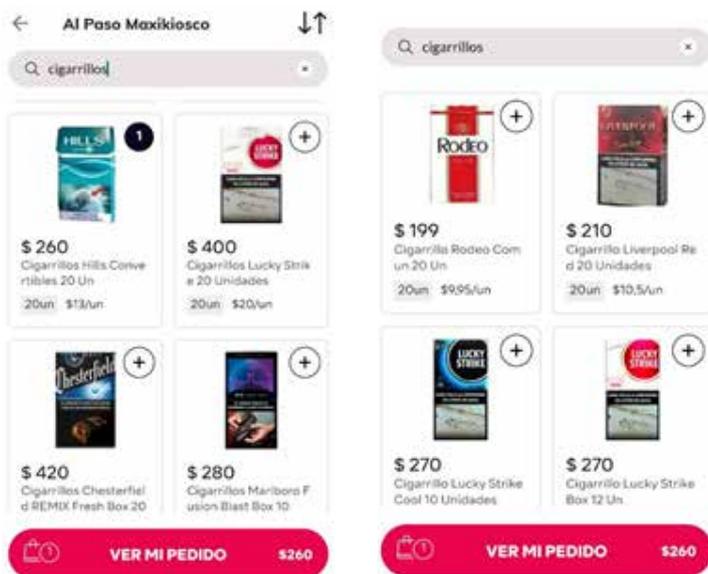


Foto 8. Cigarrillos Marca Rodeo y Hills. Pedidos Ya Salta.

En la totalidad de las compras en la ciudad de Salta, los productos de tabaco fueron entregados a personas **menores de edad** sin consultar ni constatar la edad, ni solicitar la presencia de una persona mayor de edad de quien recibía la compra.

Recomendaciones para Salta

- › Prohibir toda forma de publicidad de tabaco en todos los puntos de venta, sean físicos como virtuales, incluyendo la prohibición de exhibición de productos.
- › Incluir a los nuevos productos de tabaco y nicotina en las regulaciones vigentes.
- › Establecer en dicha normativa, mecanismos apropiados para su efectiva implementación y fiscalización.
- › Desarrollar mecanismos de control y verificación de edad eficaces con el fin de que ninguna aplicación de comercio móvil o sistema sin contacto directo entre comprador y vendedor pueda ofrecer, promocionar, vender y/o entregar productos de tabaco a personas menores de edad.

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 Estudio Nacional en Población de 12 a 65 años Sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas - Principales resultados de la provincia de Salta (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