

# A 10 años de la Ley Nacional de Control de Tabaco, el 67% de los kioscos exhibe cigarrillos en estantes y carteles

31/05/2021

La **epidemia de tabaquismo** es un problema internacional con **devastadoras consecuencias sanitarias, sociales, económicas y ambientales** que hoy es **responsable de más de 5 millones de muertes anuales a nivel mundial**, y de costos sanitarios y ambientales que exceden las recaudaciones fiscales por impuestos al tabaco. Esta epidemia **se cobra más vidas que la tuberculosis, el VIH/SIDA y el paludismo juntos** y representa **la primera causa de muerte prematura evitable a nivel mundial**.

El aumento del consumo y de la producción de cigarrillos y otros productos de tabaco en el mundo entero, particularmente en los países en desarrollo, la elevación de la mortalidad atribuible al tabaco que se observa en estos países, así como la carga que ello impone a las familias, a la población de bajos recursos y a los sistemas nacionales de salud, hacen que **las políticas de control de tabaco constituyan una prioridad en la agenda gubernamental internacional**.

El **tabaquismo** es una **adicción reconocida científicamente**. La **nicotina** es una **sustancia adictiva**, y los **cigarrillos** y algunos otros productos que contienen tabaco **están diseñados con el fin de crear y mantener la dependencia**. Asimismo, muchos de los compuestos que contienen y el humo que producen son farmacológicamente activos, tóxicos, mutágenos y cancerígenos, por lo que también **la**

**exposición al humo de tabaco es causa de enfermedad y muerte en las personas no fumadoras.**

“El hábito de fumar es **una enfermedad de la cual no podemos dejar de hablar**”, afirmó en diálogo con este medio la doctora **Valeria El Haj**, directora Médica Nacional de OSPEDYC. **“Los componentes del cigarrillo pueden producir una gran cantidad de desórdenes capaces de generar enfermedades cancerosas y mortales, generando también dependencia social y consecuencias para los fumadores pasivos”**, añadió la especialista.

✘ Dado que la publicidad de productos de tabaco incrementa la iniciación del consumo, la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio es una de las medidas más eficaces para luchar contra la epidemia del tabaquismo (Bloomberg)

En 2011, Argentina sancionó la **Ley Nacional de Control de Tabaco Nº 26.687 (LNCT)**, que fue reglamentada en el 2013, la cual **establece una restricción amplia de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco**. Sin embargo, la normativa contempla las siguientes excepciones: el interior de los puntos de venta, las publicaciones comerciales destinadas exclusivamente al sector tabacalero y las comunicaciones directas a mayores de dieciocho años, siempre que se haya obtenido su consentimiento previo y se haya verificado su edad.

El decreto reglamentario estableció que **en el punto de venta sólo se permite la colocación de dos avisos publicitarios por empresa de tabaco** (uno con el listado de marcas y precios y otro con un anuncio), de 30 cm por 30 cm como tamaño máximo, de dos dimensiones, sin luz, ni pantallas y que no sean visibles desde el exterior. A su vez, **se prohíbe colocar elementos para participar de concursos, certámenes o sorteos**, dentro o junto a los envases de productos elaborados con tabaco; **el uso de incentivos; la entrega de muestras gratis; y aquella información acerca de ingredientes supuestamente beneficiosos para la salud** ni saborizantes o

aromatizantes o leyendas que hagan referencia a tales ingredientes y que tengan el posible efecto de hacer más atractivo el consumo del producto por los niños y adolescentes, o dar la idea de que sea menos riesgoso para la salud.

En el marco del **Día Mundial sin Tabaco y con la intención de debatir sobre los principales obstáculos y desafíos para modificar la Ley Nacional de Control de Tabaco**, la **Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC)** llevó adelante un webinar -en el que estuvo presente **Infobae**– que contó con la exposición de **Daniel Filmus**, impulsor de la Ley Nacional de Control de Tabaco en 2011; **Arantxa Anitua**, integrante del equipo de la Senadora García Larraburu, quien trabaja en políticas de control de tabaco; **Sebastián Laspiur**, consultor en enfermedades no transmisibles de la OPS/OMS Argentina; y **Marita Pizarro**, codirectora de la **FIC**.

La **exhibición** es sin lugar a dudas **una de las estrategias más utilizadas por las tabacaleras para continuar publicitando sus productos**. Sin embargo, no está prohibida por la **Ley Nacional de Control de Tabaco**, lo que demuestra la necesidad de modificar y fortalecer la normativa. En el seminario se presentaron los resultados de un **monitoreo** realizado en kioscos de ocho provincias que relevó las **estrategias publicitarias actuales de las tabacaleras**. En algunos casos, **se trata de estrategias que sacan provecho de los vacíos de la normativa vigente como la exhibición de productos de tabaco: el 67,15% de los kioscos relevados exhibía paquetes de cigarrillos en estanterías y carteles.**

✘ “En la Argentina, hay una diferencia enorme entre lo que dicen las leyes y lo que se hace en la realidad» (Getty Images)

“Este año, la Ley Nacional de Control de Tabaco cumple 10 años y durante este tiempo **las tabacaleras encontraron nuevos espacios y acciones agresivas para dar a conocer sus productos.** La exhibición de cigarrillos es una constante en

todas las provincias, independientemente de la jurisdicción y de la normativa vigente en cada caso. Es necesario que se modifique con urgencia la Ley Nacional para abarcar estas estrategias y evitar que las tabacaleras atraigan a niños, niñas y adolescentes al consumo”, señaló **Pizarro**.

El relevamiento, realizado en Catamarca, Chaco, Corrientes, Jujuy, La Rioja, Misiones, San Juan y Salta durante el mes de mayo, también evidenció que el **30,41% de los kioscos viola los estándares establecidos en la Ley Nacional de Control de Tabaco**, siendo Misiones, Salta y Corrientes las provincias con un mayor porcentaje de incumplimiento.

Dado que la publicidad de productos de tabaco incrementa la iniciación del consumo, **la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio es una de las medidas más eficaces para luchar contra la epidemia del tabaquismo**. Esta normativa integral debe incluir la prohibición de exhibición de productos y el empaquetado plano de cigarrillos. A su vez, debe ir acompañada de mecanismos de fiscalización y control adecuados para garantizar su cumplimiento.

“En la Argentina, **hay una diferencia enorme entre lo que dicen las leyes y lo que se hace en la realidad**. El propio camino de aprobación de las leyes nunca es fácil. Hay intereses creados cuando son leyes que afectan ciertos intereses económicos. Como sociólogo creo que **es difícil pensar que el comportamiento social se cambia por leyes**. Los ciudadanos no se comportan de determinada manera porque lo dicen las leyes. Los jóvenes se comportan como lo hacen los mayores”, sostuvo **Filmus**.

Sin embargo, en este punto **Laspiur** discrepó: “A nivel regulatorio el control de tabaco tiene una enorme enseñanza. La regulación del control de tabaco cambió la historia del control de una adicción y una enfermedad. El paquete de políticas cambió el comportamiento de las personas. **Está claro que los comportamiento de las personas tienen que ver con los**

entornos físicos y sociales y las regulaciones. Al modificar las regulaciones se generaron cambios profundos en el comportamiento de los ciudadanos. La prevalencia de control de tabaco mejoró en Argentina, en la región y en el mundo”.

✘ DyN 162

Los resultados de la investigación de la FIC reflejan **la necesidad de desarrollar mecanismos de fiscalización y control adecuados para garantizar el cumplimiento de la normativa a nivel nacional y provincial.** Asimismo, el relevamiento permite identificar un conjunto de técnicas de marketing utilizadas por la industria tabacalera (presencia de atados de cigarrillos como elementos de decoración, carteles publicitarios sin logo o marca con referencias directas o slogans relacionados) que, aun cuando no son violatorias de la ley nacional, constituyen **técnicas publicitarias que promocionan a un producto nocivo para la salud.**

Estos datos reflejan que **las regulaciones parciales,** como la vigente en nuestro país, **no son suficientes para evitar la exposición a la publicidad de estos productos.** El extendido incumplimiento de los estándares de la LNCT junto con el despliegue, por parte de la industria tabacalera, de estrategias publicitarias que se aprovechan de los grises de la normativa, reafirma **la urgencia de avanzar en una legislación que prohíba la promoción, patrocinio y publicidad de productos de tabaco en todas sus formas.** Esto debe incluir tanto a la exhibición de los productos, incluso dentro de los puntos de venta, como a los paquetes de cigarrillos.

En este sentido, **es necesario implementar un empaquetado neutro de productos de tabaco** que no contenga logotipos, colores alusivos, imágenes de marca, logrando que la advertencia sanitaria sea más vistosa y el paquete no incluya tácticas de marketing.

**“Las tabacaleras han desarrollado en los últimos años una serie de campañas despiadadas donde buscan captar al público**

**joven y asimilar los productos de tabaco con las golosinas y los juguetes.** Creemos que con el compromiso de todos los sectores vamos a poder alcanzar mejoras en el proyecto. La ley nos marcó el faro”, dijo **Anitua.**

☒ Según el Ministerio de Salud, la epidemia del tabaquismo afecta en Argentina a casi 9.000.000 de personas. En los últimos años se ha avanzado significativamente **en materia de control de tabaco.** Más de 181 países ratificaron el **Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT),** primer tratado internacional de salud pública. Este convenio implica **la puesta en marcha de una estrategia mundial en la lucha contra la epidemia del tabaquismo.** Sin embargo, la **Argentina** es el único país de América del Sur y uno de los pocos del mundo que firmó el CMCT y no lo ha ratificado.

“Argentina es uno de los pocos del mundo que no es parte del tratado, a pesar de haberlo firmado en 2003. La principal razón que está frenando la ratificación es **la continua interferencia de la industria tabacalera en todos los niveles gubernamentales** donde puede avanzar el proceso político”, declaró **Pizarro.** Y agregó: “Uno de los argumentos principales de la industria es que **Argentina no puede ratificar el tratado porque es un país productor de tabaco y podría haber un impacto negativo en las economías regionales.** Sin embargo, hemos analizado el caso de países productores de tabaco que han ratificado el CMCT y no se detectó tal perjuicio para la producción ni para los productores”.

Según el **Ministerio de Salud, la epidemia del tabaquismo afecta en Argentina a casi 9.000.000 de personas.** La última **Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (2018)** arrojó que **el 22,2% de la población adulta consume tabaco.** El consumo de tabaco es **la primera causa evitable de muerte prematura: produce más de 44.000 muertes anuales.** De acuerdo al **Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria,** nuestro país **gasta cada año más de 20.000 millones de pesos en atender las**

**enfermedades que provoca la adicción al tabaco y 6.000 personas que no fuman mueren como consecuencia de la exposición al humo de tabaco ajeno.** Sólo la acción de los gobiernos y la sociedad civil permitirá contrarrestar los devastadores efectos de esta epidemia tienen para la salud pública.

Fuente: Infobae