

31 DE MAYO, DÍA MUNDIAL SIN TABACO. AVANZAR HACIA LA PROHIBICIÓN
COMPLETA DE LA PUBLICIDAD DEL TABACO

El tabaquismo en la Argentina

Datos oficiales reconocen que aún continúa fumando el 22% de los adultos y las empresas tabacaleras continúan publicitando sus productos a pesar de la regulación vigente y además aprovechando los vacíos legales para promoverlos a través de canales no incluidos en la ley actual. Prohibir completamente la publicidad evitaría 1800 muertes por año.

El tabaco es la principal causa prevenible de muerte en Argentina y en el mundo. Está presente como factor de riesgo en 6 de las 8 primeras causas de muerte a nivel mundial y se estima que en el mundo fuman 800 millones de hombres, 200 millones de mujeres¹ y que generará 300 millones de muertes en los próximos 30 años². En nuestro país es **responsable de la muerte de 45.000 personas por año³.**

Datos recientes de la 4ta Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR) 2018 del -hoy ex- Ministerio de Salud de la Nación, señalan que el **22,2%** de la población adulta fuma, el **21,8%** está expuesta al humo de tabaco ajeno en el trabajo y el **21,5%** está expuesto al humo en otros lugares públicos como ser bares y restaurantes.

Cuadro 1. Principales resultados de 4ta Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2018.

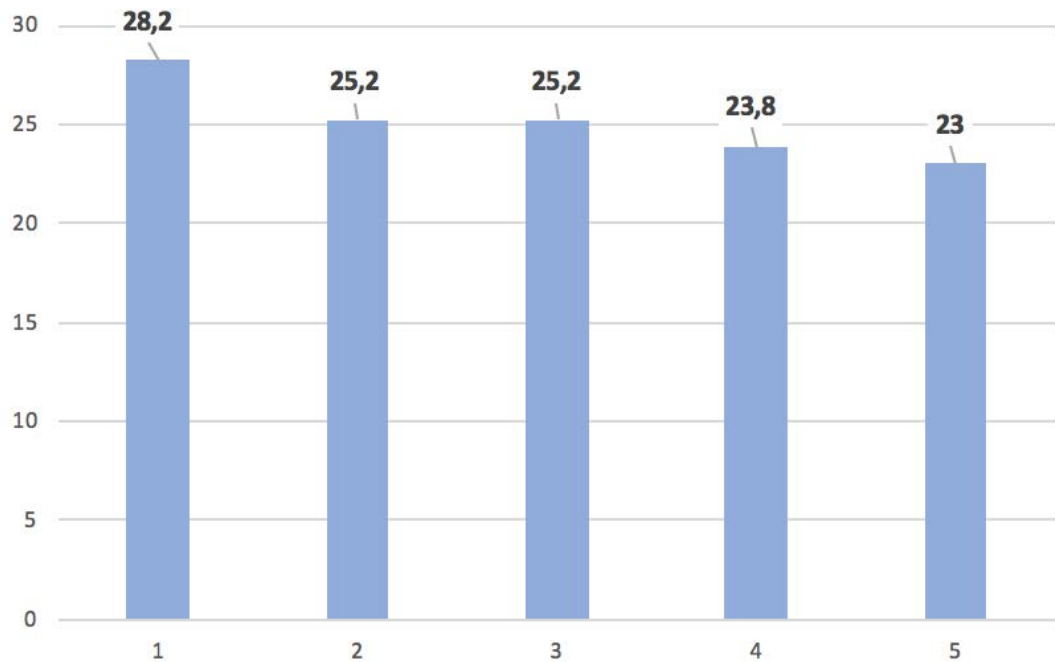
	2005 (IC 95)	2009 (IC 95)	2013 (IC 95)	2018 (IC 95)
Prevalencia de consumo de tabaco (*)	29,7% (28,7 - 30,8)	27,1% (26,3 - 27,9)	25,1% (24,2 - 26,2)	22,2% (21,2 - 23,1)
Prevalencia de consumo de cigarrillo electrónico	-	-	-	1,1% (0,8 - 1,3)
Exposición al humo de tabaco ajeno dentro del hogar en los últimos 30 días (entre quienes estuvieron en el hogar en los últimos 30 días) (*)	-	33,9% (33,0 - 34,9)	27,6% (26,5 - 28,6)	25,1% (24,0 - 26,1)
Exposición al humo de tabaco ajeno en el trabajo en los últimos 30 días (entre quienes estuvieron en el trabajo en los últimos 30 días) (*)	-	34,0% (32,8 - 35,2)	25,0% (23,9 - 26,2)	21,8% (20,6 - 23,0)
Exposición al humo de tabaco ajeno en bares/restaurantes en los últimos 30 días (entre quienes estuvieron en bares/restaurantes en los últimos 30 días)	-	47,2% (45,6 - 48,7)	23,5% (22,3 - 24,9)	21,5% (20,4 - 22,7)

*diferencias estadísticamente significativas respecto a la ENFR 2013

Fuente: Secretaria de Gobierno de Salud, 2019.

Se sabe además que existe una asociación directa entre el consumo del tabaco, la exposición al humo de tabaco y la pobreza: las personas con ingresos más bajos tienen una probabilidad de fumar del 69% mayor comparados con las de ingresos medios y a su vez las de ingresos medios tienen una probabilidad de fumar un 31% mayor que las personas de altos ingresos⁴. Si bien aun no se disponen datos segmentados por nivel socioeconómicos de la ENFR 2018, datos de la ENFR 2013 confirman que esta relación también está presente en la Argentina (cuadro 2).

Cuadro 2. Prevalencia de consumo de tabaco en mayores de 18 años por quintil de hogares según ingresos.



Fuente: Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2013, Ministerio de Salud de la Nación 2015.

Nuestro país cuenta desde el año **2011** con una **Ley Nacional de Control de Tabaco**⁵ (y su posterior reglamentación en 2013⁶) que generó la creación de ambientes 100% libres de humo, una amplia restricción a la publicidad, promoción y patrocinio de tabaco y advertencias sanitarias en los productos elaborados con tabaco, entre otras medidas. Se estima que esta ley ya **evitó 7500 muertes por enfermedades cardiovasculares, 16.900 infartos y 4.300 ataques cerebrales**⁷.

Sin embargo, se ha visto como en los últimos años la industria tabacalera no respeta la normativa vigente (ni tampoco la Secretaria de Gobierno en Salud de la Nación asegura su cumplimiento) y utiliza la publicidad para atraer nuevos consumidores, principalmente niños y adolescentes.

Normalizar el consumo de un producto altamente adictivo y mortal para gran parte de sus consumidores, aprovechando además los vacíos legales no alcanzados por la actual Ley Nacional 26.687. Hay evidencia científica que señala que las prohibiciones completas de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco disminuyen el consumo⁸. El **Convenio Marco para el Control de Tabaco** -primer tratado de salud pública que celebró el mundo y que aun **Argentina debe ratificar en el Congreso Nacional**- establece que para que una prohibición de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco **sea eficaz** debería ser *integral* y aplicarse a *toda* forma de publicidad, promoción y patrocinio: **una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco se aplica a toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial** y toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco⁹.

La Ley Nacional de Control de Tabaco exceptúa de la restricción de la publicidad al interior de los puntos de venta, las publicaciones comerciales para personas involucradas en el negocio o las comunicaciones directas a mayores de 18 años con consentimiento previo y verificación de la edad. La primera de estas excepciones relacionada con la publicidad en los puntos de venta debe respetar las siguientes características: sólo se puede colocar un cartel por cada fabricante (de hasta 30 cm x30 cm, estático, no lumínico y en 2 dimensiones), el cual debe tener impreso uno de los mensajes sanitarios vigentes

en el 20% inferior de su superficie. Además la presente ley no regula la exhibición de los productos de tabaco en los puntos de venta, siendo esta una de las estrategias más utilizadas por la industria tabacalera.

La exhibición de productos de tabaco en puntos de venta es en sí misma una forma de publicidad y promoción. Es un medio clave para promover productos de tabaco y el consumo de éstos, inclusive mediante la incitación a comprar productos de tabaco, creando la impresión de que el consumo de tabaco es socialmente aceptable, y haciendo más difícil que los consumidores de tabaco abandonen el hábito.

Prohibir completamente las publicidades de productos de tabaco tendría un gran impacto sanitario y evitaría numerosos eventos cardiovasculares: podría evitar 1839 muertes por año, de las cuales 713 corresponderían a enfermedad coronaria y 152 a accidentes cerebrovasculares (ACV). Estas reducciones significarían una disminución anual del 1,63% de las muertes por enfermedad coronaria y de 0,63% en las muertes por ACV¹⁰.

Es por ello que en el marco de día mundial sin tabaco que se celebra los 31 de mayo insistimos con la necesidad de continuar avanzando y mejorando el marco regulatorio para seguir evitando muertes prevenibles relacionadas con el tabaquismo. En esta oportunidad la Fundación Soberanía Sanitaria junto a otras 50 organizaciones nacionales e internacionales en el

marco de la **Coalición Argentina de Control de Tabaco** instan “al Poder Legislativo y al Ejecutivo Nacional a proporcionar los medios suficientes para la adopción de una prohibición total de publicidad, promoción, patrocinio y exhibición de productos de tabaco”, entre otras medidas que se necesitan para promover y proteger la salud de quienes viven en Argentina.

Notas al pie

- 1) Organización Mundial de la Salud. Tabaco - Datos y cifras 2015. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/es/>
- 2) Jha P, Peto R. Global effects of smoking, of quitting, and of taxing tobacco. *N Engl J Med*. 2014 Jan 2;370(1):60-8. PubMed PMID: 24382066
- 3) Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria. El tabaquismo en Argentina 2016. Disponible en: http://www.iecs.org.ar/wp-content/uploads/FINAL-OK-MAYO-2016-Flyer_Argentina1.pdf
- 4) Casetta B. Association Between Cigarette Smoking Prevalence and Income Level: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Nicotine Tob Res*. 2017 Nov 7;19(12):1401-1407. doi: 10.1093/ntr/ntw266.
- 5) Boletín Oficial de la República Argentina. Buenos Aires, 14 de junio de 2011 Año CXIX N. Ley 26.687 Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco.
- 6) Boletín Oficial de la República Argentina. Buenos Aires dmd, Número 32.649. Decreto 602/2013. 2013
- 7) Konfino J, Ferrante D, Mejia R, Coxson P, Moran A, Goldman L, et al. Impact on cardiovascular disease events of the implementation of Argentina's national tobacco control law. *Tob Control*. 2014 Mar;23(2):e6. PubMed PMID: 23092886. Pubmed Central PMCID: 4026283.
- 8) Tobacco Free Kids. Tobacco advertising, promotion and sponsorship: Evidence 2008. Disponible en: http://global.tobaccofreekids.org/files/pdfs/en/APS_essential_facts_en.pdf
- 9) World Health Organization. Directrices para la aplicación del artículo 13 (Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco) del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, Ginebra 2008. Disponible en: https://www.who.int/fctc/guidelines/article_13_es.pdf
- 10) Konfino J y col. Impacto sanitario de la prohibición total de publicidades de productos elaborados con tabaco. Comunicación personal, datos aun no publicados. 2019.