



UNIÓN ANTITABÁQUICA ARGENTINA "UATA"  
1987 -2026

Moreno 431. Telefax (5411) 4343 3553. C1091AAI C.A. de Buenos Aires  
E-mail: [uataunionantitabaquica@gmail.com](mailto:uataunionantitabaquica@gmail.com) Sitio web: [www.uata.org.ar](http://www.uata.org.ar)  
**POR NUEVAS GENERACIONES DE ARGENTINOS NO FUMADORES**

## UATA NEWS 2026

Bienvenidos a la lectura de **UATA News N° 3** A través de este medio iremos comunicando las novedades en los temas que nos convocan en relación a la problemática del tabaco y nuevos productos.

### ❖ LAS CONTRADICCIONES EN LA SALUD: EL LADO OSCURO DE LOS INFLUENCERS MÉDICOS.

¿Podría la difusión deliberada de información errónea por parte de fuentes médicas considerarse una faceta oscura de la profesión? Este fenómeno trasciende la mera imprecisión; representa un riesgo crítico que induce al colectivo destinatario a procesar datos equívocos, precipitando decisiones que comprometen directamente su integridad y bienestar.

La comunicación científica actual enfrenta la amenaza de la **infodemia**: una sobreabundancia de información, a menudo inexacta, que se propaga de forma **ultrarrápida** en el ecosistema digital. La generación de desinformación en medios digitales de alta velocidad plantea un **dilema ético** en la comunicación científica contemporánea. Al difundir datos carentes de rigor científico, engañosos, se vulnera la autonomía de las personas, la credibilidad de la información brindada, exponiéndolas a decisiones perjudiciales derivadas de una interpretación errónea de la realidad médica.

Recientemente, el nuevo producto de la industria tabacalera: las bolsas o *pouches* de nicotina promocionada por parte de una figura médica, divulgador científico, con presencia en medios masivos y generador de opinión, ha ocasionado una profunda preocupación en la comunidad sanitaria.

*“El destacado médico de nuestro país, comentó sobre las bolsas o caramelos de nicotina apoyando el uso de este producto, incluso explica cómo debe consumirse, y por estar a la venta en kioscos, estaciones de servicio están avaladas o permitidas no solo para su comercialización sino también para su uso.”*

La pregunta es ¿quién autorizó su comercialización? ¿Quién puede siquiera pensar que este producto adictivo pueda estar al alcance de menores? Entre otras tantas preguntas.

*También, en el 2017 el mismo médico recomendó de manera similar el uso del cigarrillo electrónico.*

Por lo expuesto, desde la **Unión Antitabáquica Argentina “UATA”**, expresamos nuestro firme repudio ante cualquier declaración que sugiera la inocuidad de estos productos. Minimizar los riesgos asociados a su consumo no solo carece de sustento científico, sino que representa una grave amenaza para las estrategias de control de tabaco y la salud pública nacional.

Sabemos que la estrategia de presentación de estos nuevos productos, que dicen ser libre de tabaco, pero contienen nicotina (naturaleza psico-estimulante y alto potencial adictivo), sabores atractivos y formatos similares a golosinas, representa un riesgo epidemiológico crítico, especialmente para la población pediátrica y adolescente, resultando inequívocamente peligrosos para estas nuevas generaciones de argentinos.

Por otro lado es imperativo aclarar que estos dispositivos no constituyen un método validado para la cesación tabáquica, siendo este un argumento recurrente de la industria tabacalera carente de sustento científico.

El tabaquismo debe abordarse como una enfermedad crónica adictiva, y no meramente como un hábito. Actualmente, el tratamiento estándar de oro (gold standard) se basa en intervenciones farmacológicas y modelos psico-conductuales que han demostrado eficacia y seguridad bajo una rigurosa evidencia científica.

La difusión de información inexacta no solo desvirtúa la práctica médica, sino que amenaza con perpetuar la dependencia a la nicotina en las nuevas generaciones, comprometiendo gravemente la salud pública.

Estas nuevas formas de administración de nicotina, son un desafío ético frente a la desinformación y el marketing táctico.

En Argentina se empezaron a comercializar durante el año 2025, fabricados por la industria tabacalera y promocionados con el lema: “Sin humo ni vapor, cuando quieras, donde quieras”, junto con la advertencia: “Este producto no es libre de riesgos y contiene nicotina, que es adictiva. Venta exclusiva para adultos.

En diciembre de 2025 fue presentada ante el Ministerio de Salud de la Nación una denuncia formal por la introducción y comercialización de bolsas de nicotina, en presunta infracción a la Ley 26.687 y otras normas de protección de la salud y no contar con las advertencias sanitarias gráficas previstas por la ley.

Hasta la fecha, no se ha comunicado públicamente ninguna decisión de las autoridades sanitarias relacionada con el retiro de estos productos, la aplicación de sanciones o la adopción de medidas preventivas específicas a nivel nacional.



Se venden en kioscos junto a golosinas.  
Las marcas comerciales en Argentina son SYN y Velo

### ❖ ¿FAKE NEWS?: EL LADO OSCURO DE LA ASOCIACIÓN DEL FÚTBOL ARGENTINO (AFA). No sigamos su ejemplo.

La Asociación del Fútbol Argentino (AFA) firmó el acuerdo con Vapresso, (fundada en 2015, parte de Smoore International, China) una de las principales marcas globales de cigarrillos electrónicos alta gama, y dispositivos de vapeo. El convenio implica que la Selección argentina promoció en Asia y a nivel global a través de redes sociales productos con nicotina. Estos dispositivos de vapeo generan polémica por tratarse de productos nocivos, y **prohibidos** bajo alerta sanitaria por la **ANMAT** en Argentina desde 2011.

Las organizaciones de salud y especialistas advierten su preocupación sobre la promoción de productos altamente adictivos asociados a la Selección Argentina. Al ser productos con nicotina, considerados nocivos y prohibidos para la venta y publicidad en Argentina, la alianza de ONGs han generado cuestionamientos sobre la **responsabilidad social** de la AFA.

Desde el punto de vista del marketing, el acuerdo incluye publicidad con figuras de la selección y concursos para ganar premios de productos oficiales de la selección.

La AFA aún no ha respondido a las consultas sobre el alcance y la compatibilidad de esta alianza con sus políticas de responsabilidad social.



Nuevamente como en el pasado las empresas comercializadoras de estos productos vuelven a irrumpir promocionándolos y asociándolos con los deportes, naturalizando la idea que la actividad física, en este caso jugar al futbol va de la mano con el consumo de vapeadores u otros productos de nicotina.

En ese sentido, las figuras del cualquier deporte, como los futbolistas de la selección potencia el alcance de campañas de marketing vinculadas al consumo de nicotina.

La controversia se da en un contexto internacional donde crecen los reclamos para limitar este tipo de patrocinios. Días atrás, más de 160 organizaciones pidieron prohibir la publicidad de productos similares en equipos de la Fórmula 1.



Un clásico River y Boca

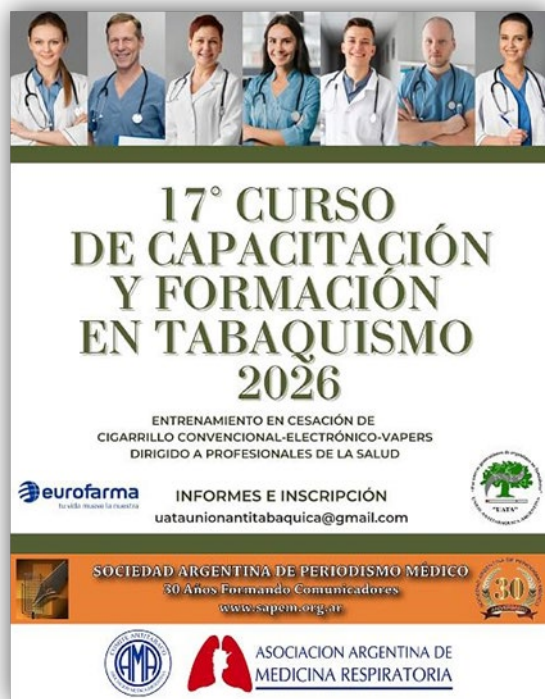


René Pontoni, delantero del San Lorenzo de los años 40



## ❖ EDUCACIÓN

Continuamos formando profesionales de la salud a través de nuestro 17° curso. **INICIO: MIÉRCOLES 15 DE ABRIL DE 18.00 A 20.30 HS.** Si todavía no lo hiciste estas a tiempo para inscribirte.



## ❖ FUTURO CONVENIO

La Facultad de veterinaria y los miembros que integran la comisión investigación de UATA se reunieron el 6 de marzo a fin de tratar el tema: “tabaquismo en mascotas”. Donde surgieron inquietudes en cuanto por Ej. no se pregunta en la confección de la historia clínica de las mascotas si sus dueños fuman. La propuesta de un convenio entre UATA y la facultad de veterinaria está en trámite.

## ❖ DÍA MUNDIAL SIN TABACO 2026”. El lema de la OMS:

**“DESENMASCARANDO EL ATRACTIVO: COMBATIR LA ADICCIÓN A LA NICOTINA Y AL TABACO”**

## ❖ RED FEDERAL DE ACTIVISMO POR EL CONTROL DE TABACO Y NICOTINA.

En la reunión de Comisión Directiva se decidió por unanimidad formar parte de la Red. Se abordarán los siguientes temas: bolsas de nicotina. Acciones conjuntas.

Actualización de las prohibiciones de cigarrillos electrónicos y calentadores de tabaco.  
Revisión de los compromisos consensuados en la última reunión.

#### ❖ DENUNCIAS

Continuamos con las denuncias remitidas al Ministerio de Salud de la Nación, al Ministerio de Salud del Gobierno de la Pcia de Buenos Aires, y Ministerio de la Provincia de Buenos Aires.

“Denuncia administrativa e intimación contra Massalin particulares SRL, Philip Morris Products SA/Philip Morris International (PMI), responsables de la introducción, comercialización, publicidad y exhibición en el territorio nacional de los productos denominados “pouches de nicotina zyn” y otros productos emergentes análogos, en abierta contradicción con la ley nro. 26687 y con los deberes constitucionales de protección de la salud en particular de “niñas, niños y adolescentes”. Remitidas en el mes de diciembre, y reenviadas posteriormente. Sin respuesta de ningún Ministerio de Salud al día de la fecha.

Edición Dra. Susana E. Nahabedian