

**DESENMASCARANDO A LA INDUSTRIA
TABACALERA EN AMÉRICA LATINA**
CÓMO INTENSIFICA SUS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN
EN TIEMPOS DE LA COVID-19
REPORTE REGIONAL DE SEIS PAÍSES

DEENMASCARANDO A LA INDUSTRIA TABACALERA EN AMÉRICA LATINA CÓMO INTENSIFICA SUS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN EN TIEMPOS DE LA COVID-19 REPORTE REGIONAL DE SEIS PAÍSES

Coordinación:

Erick Antonio Ochoa, Director Ejecutivo de Salud Justa México.

Colaboraciones:

Adriana Rocha Camarena, Directora de Asuntos Legislativos y Sociedad Civil, Polithink.

Blanca Llorente, Directora de investigación de Fundación Anáas.

Daniel Dorado, Organizador Senior de Políticas Públicas para América Latina en Corporate Accountability.

Diego Rodríguez Sendoya, Integrante del Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo CIET, Uruguay.

Eduardo Bianco, Coordinador Regional de Framework Convention Alliance (FCA) - Ex presidente de CIET Uruguay.

Gustavo Soñora, Director Regional para América Latina en Control del Tabaco. Unión Internacional contra la Tuberculosis y Enfermedades Respiratorias.

Jaime Arcila, Corporate Accountability, Colombia.

Jorge Cardenas, Asesor para las Américas en control de tabaco, Unión Internacional contra la Tuberculosis y Enfermedades Respiratorias.

María Elisabet Pizarro, Codirectora Ejecutiva de la Fundación Interamericana del Corazón Argentina.

Mariana Pinho, Analista Técnica de ACT Promoção da Saúde, Brasil.

Mónica Andreis, Directora ejecutiva de ACT Promoção da Saúde, Brasil.

Patricia Gutkowski, Consultora en Comunicación para América Latina de la Campaña para Niños Libres de Tabaco.

Patricia Sosa, Directora para Latinoamérica de la Campaña para Niños Libres de Tabaco.

Verónica Quelal, Comunicadora Fundación Ecuatoriana de Salud Respiratoria (FESAR) / Alianza Antitabaco, Ecuador.

Yahaira Ochoa Ortiz, Coordinadora de Comunicación de Salud Justa Mx.

Edición:

Juan Núñez Guadarrama, SaludJusta Mx.

Diseño:

Abigail Villaseñor, Salud Justa Mx.

Fecha de publicación: 29 de Julio de 2020.

Contacto:

info@saludjusta.mx

1. INTRODUCCIÓN

p 3

2.- EL TABAQUISMO AGRAVA EL RIESGO DE MUERTE POR COVID-19

p 6

3. LA COVID-19 NOS OBLIGA A REIVINDICAR LA GARANTÍA DEL DERECHO A LA SALUD

p 9

4. AUN ASÍ, LA INDUSTRIA TABACALERA REFORZÓ SU ESTRATEGIA DE ENGAÑO

p 11

5. ¿CUÁLES ESTRATEGIAS HA UTILIZADO LA INDUSTRIA TABACALERA EN AMÉRICALATINA PARA PROMOVER SUSPRODUCTOS?

p 14

a. Publicidad y promoción de productos de tabaco + Reducción de precios

p 15

1. Argentina

p 15

2. Brasil

p 20

3. Colombia

p 22

4. Ecuador

p 28

5. México

p 33

6. Uruguay

p 41

b. Reacción de los gobiernos nacionales

p 43

1. Argentina

p 43

2. Brasil

p 44

3. Colombia

p 45

4. Ecuador

p 46

5. México

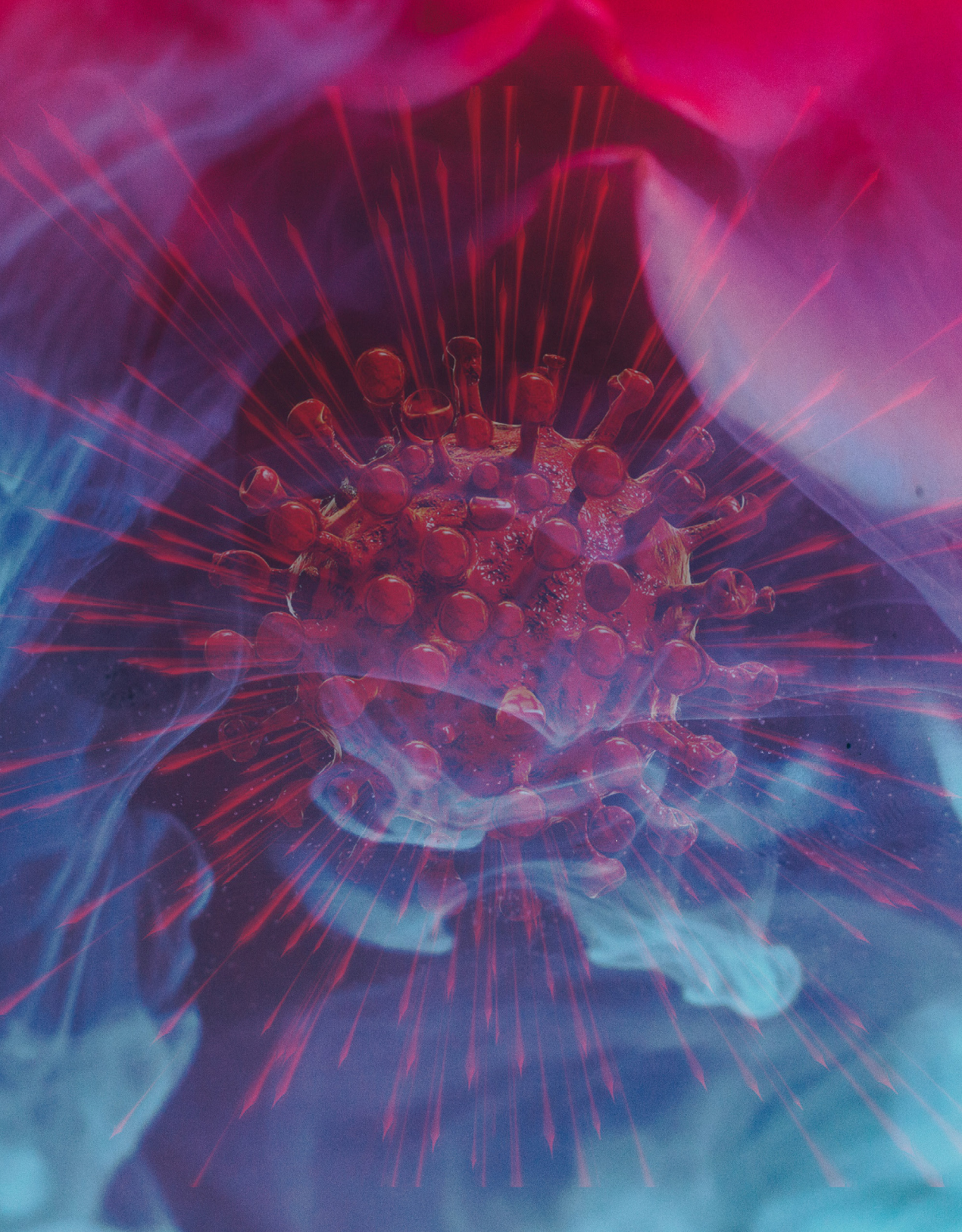
p 47

6. Uruguay

p 48

c. Conclusión

p 49



1. INTRODUCCIÓN

La región de las Américas es la más azotada por el coronavirus (SARS-CoV-2). Hasta el ocho de julio del presente año se habían notificado seis millones de casos, más del 51% de los casos en todo el mundo, así como 268 mil muertes por COVID-19, la mitad de las muertes globales.¹ Al nueve de julio del 2020, casi un 20% de los infectados y muertos en todo el mundo se concentra en los seis países contenidos en el presente reporte. Con excepción de Uruguay, la población de Brasil, México, Colombia, Argentina y Ecuador está en el vórtice de la pandemia.²

Pese a la evidencia científica que relaciona la pandemia del tabaquismo como uno de los principales factores de riesgo que agravan la COVID-19, la industria tabacalera no deja de desplegar con más intensidad sus acciones para engañar al público, enganchar nuevos consumidores y promover la sustitución de unos productos por otros, de los cigarrillos convencionales a los cigarrillos electrónicos y los productos de tabaco calentado, manteniendo la adicción.

Durante el confinamiento, ha puesto en práctica una serie de recursos de

marketing, reducción de precios que incluyen combos y promociones, aumento en los servicios de entrega a domicilio y cabildeo con el fin de que la suya se considere una actividad esencial, entre otros.

Para publicitarse no deja red social sin usar: posteos en Facebook, Twitter e Instagram, así como canales de vídeo en YouTube, los cuales vienen documentados en el presente reporte, además de promociones por WhatsApp, el servicio de mensajería masiva. En Colombia, hay varios perfiles de personas en LinkedIn bajo una imagen que se llama “agentes de marca”, inclusive. Además, no deje de observar los mensajes directos de la industria tabacalera dirigidos a la sociedad en confinamiento.

De los seis países, el reporte señala que Colombia y México son objetivos centrales tanto para Philip Morris International (PMI), con su producto de tabaco calentado IQOS, como para British American Tobacco (BAT), con su cigarrillo electrónico Vype. Ambas compañías están presentes en todas las redes sociales, donde tienen estrategias de combos y promociones. Uno

¹. Diario 26, “Coronavirus en el mundo, minuto a minuto”, 9 de julio de 2020, disponible en <https://www.diario26.com/286848--coronavirus-en-el-mundo-minuto-a-minuto-12-164-500-infectados-y-552-000-muertos->

². Los 6 países de referencia suman 2,321,711 contagiados y 114,150 muertes, de un total de 12,232,745 contagios y 554,304 muertos en todo el mundo. Véase John Hopkins University & Medicine, COVID-19 Dashboard by the Centre for Systems Science and Engineering (CSSE), (consultado el 9 de julio de 2020, 23:00 horas), disponible en <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

de los casos más significativos involucra a BAT, que redujo en Colombia hasta 64% los precios de sus vaporizadores y hasta 83% en México. Esta información viene detallada en el reporte, con imágenes.

En Argentina, a la industria tabacalera se le permitió continuar con la producción, no por considerarla una actividad esencial, sino como una actividad autorizada por excepción.

Los servicios de entrega de productos de tabaco a domicilio mediante aplicaciones de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, han aumentado aprovechando las medidas de confinamiento dispuestas por los gobiernos nacionales. Rappi distribuye los productos e impresos publicitarios de cigarrillos en todos los países, con excepción de Uruguay donde se surten cigarrillos convencionales sin publicidad, en cumplimiento de las disposiciones de la Ley No. 19.244. Rappi lleva y publicita igualmente cigarrillos electrónicos en Colombia, Ecuador y México. Glovo, envía cigarrillos convencionales en Argentina y en Ecuador hace lo propio con cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado. En el reporte se reseñan otros servicios de entrega como Wabi

(Argentina), James e iFood (Brasil), Tipiti y UberEats (Ecuador).

El informe documenta la reacción de los gobiernos nacionales. Todos advierten sobre los riesgos de fumar asociándolos a casos graves de COVID-19, además de hacer llamados para dejar de fumar. Algunos, como el de Brasil, han controvertido directamente supuestas investigaciones de la industria tabacalera. En Colombia, Ecuador y México, han documentado que usar cigarrillos electrónicos aumenta el riesgo de sufrir síntomas graves por la enfermedad del coronavirus.

Este es un proyecto de colaboración de varias organizaciones civiles nacionales, regionales y globales. El presente reporte fue preparado por la Fundación InterAmericana del Corazón Argentina, la ACT Promoção da Saúde (Brasil), Corporate Accountability, la Fundación Anáas (Colombia), la Fundación Ecuatoriana de Salud Respiratoria (FESAR), la Alianza Antitabaco (Ecuador), Salud Justa (México), el Instituto Nacional de Salud Pública de México, Polithink (México) y el Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo CIET (Uruguay), con la asistencia de Campaign for Tobacco Free Kids y La Unión.



2. EL TABAQUISMO AGRAVA EL RIESGO DE MUERTE POR COVID-19

El control del tabaco enfrenta este año un reto adicional: un virus peligroso y mortal, que ataca a los pulmones, el SARS-CoV-2, que ha infectado globalmente a 12.2 millones de personas y cobrado la vida de más de 554 mil personas.³ Al impacto de la pandemia del tabaquismo, que mata más de ocho millones de personas cada año en todo el mundo,⁴ se suma ese virus que es más peligroso con los adultos mayores, con las personas que padecen hipertensión, diabetes, obesidad y sobrepeso, así como con quienes sufren de adicción a la nicotina.

El tabaquismo es un factor de riesgo importante y puede marcar diferencia en la gravedad de los síntomas o en las consecuencias fatales por COVID-19: en China 12.4% de los fumadores murieron, fueron admitidos a unidades de terapia intensiva o requirieron ventilación mecánica, en comparación con 4.7% de los no fumadores. De las personas que presentaron síntomas graves, 21.2% eran fumadores, en oposición a los 14.5% de los no fumadores.⁵ El documento de posición de varias organizaciones y profesionales de la salud de América Latina e Iberoamérica así lo corrobora:

*“En un análisis de regresión logística en 78 pacientes al inicio de la pandemia se identificó al consumo de tabaco como al factor de mayor peso (27.3% vs 3.0%; OR 14,2 IC 1,57-24 p=0,018) además de edad, insuficiencia respiratoria, hipertermia severa y elevación de la proteína C reactiva y niveles de bajo nivel de albúmina. En el reporte de Guan y colaboradores, sobre un total de 1099 pacientes con COVID-19 en el que se evaluaron la severidad de los síntomas y una variable de resultado compuesta (ingreso a Unidad de Cuidados Intensivos (UCI), necesidad de ventilación mecánica o muerte) la condición de ser un fumador actual se asoció con síntomas severos y mostró resultados estadísticamente significativos (16.9% vs 11,8%) y con peor desenlace (25,8% vs 11,8%). La condición de exfumador evidenció también diferencias, pero de menor magnitud (5.2% vs 1,3% y 7,6% vs 1,6% respectivamente)”.*⁶

Otro estudio publicado este año, mostró que fumar está relacionado con la mayor expresión del receptor de la enzima convertidora de angiotensina-2 (proteína ACE2), el receptor para el SARS-CoV-2, que facilita la entrada

del coronavirus en las células. La vulnerabilidad de los fumadores frente a enfermedades respiratorias, con doble tasa de influenza y 34% más de probabilidades de contraer gripe que los no fumadores, se agrava con el tabaquismo como el principal factor etiológico de la enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC), que exagera aún más el ACE2 y el sitio potencial de adhesión de SARS-CoV-2.⁷

Jamás en la historia reciente ha sido tan importante que los gobiernos refuercen las políticas públicas para el control del tabaco. El mayor número de casos de coronavirus se concentra ahora en América, donde países como Estados Unidos, Brasil y Canadá están entre los más afectados.⁸

La COVID-19 ha mostrado la vulnerabilidad de los sistemas de salud, especialmente para el tratamiento de los pacientes que se agravan por razones de edad o por la pre-existencia de enfermedades no transmisibles. Ningún país podrá sobrellevar el dolor por la pérdida de miles de personas, sin reconocer debidamente las causas que condicionan los peores síntomas y las peores consecuencias para quienes menos tienen.

³. John Hopkins University & Medicine, ibídem.

⁴. OMS, Nota descriptiva: Tabaco, 26 de julio de 2019, disponible en <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>.

⁵. Guan W, Ni Z, Hu Y, et al. Clinical Characteristics of Coronavirus Disease 2019 in China, New England Journal of Medicine, 2020. Disponible en <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMoa2002032>

⁶. ALAT, La Union, SEPAR, et.al. Documento de posición. Fumar en Tiempos del COVID -19, 2020. Disponible en https://www.theunion.org/news-centre/covid-19/body/COVID19-y-tabaco_Espanol.pdf

⁷. Brake SJ, Barnsley K, Lu W, McAlinden KD et al. Smoking Upregulates Angiotensin-Converting Enzyme-2 Receptor: A Potential Adhesion Site for Novel Coronavirus SARS-CoV-2 (Covid-19), Journal of Clinical Medicine, 2020, 9 (3), 841. Disponible en <https://www.mdpi.com/2077-0383/9/3/841>

⁸. John Hopkins University & Medicine, COVID-19 Dashboard by the Centre for Systems Science and Engineering (CSSE), (consultado el 1 de junio de 2020, 18:00 horas), disponible en <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>



3. LA COVID-19 NOS OBLIGA A REIVINDICAR LA GARANTÍA DEL DERECHO A LA SALUD

Según el Informe de la Relatoría de Derechos Económicos Sociales y Culturales (REDESCA) de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), publicado a comienzos de este año, *“las cifras anteriores de obesidad, consumo de tabaco y alcohol entre los niños y las niñas de Latinoamérica evidencian un alto consumo de productos que tienen la capacidad de poner en riesgo su derecho a la salud. (...) En algunos casos se indica que pueden existir estrategias de las empresas para aumentar sus ventas así como impedir sanciones e implementación de políticas efectivas que limiten la comercialización, la publicidad y el consumo de estos productos de acuerdo a los estándares de derechos humanos mediante, por ejemplo, amenazas de denuncia judicial al Estado, lobby y presión en tomadores de decisiones, o financiamiento de estu-*

dios cuestionados por falta de objetividad, entre otros”.⁹

Dicho esto, el consumo de tabaco y las tácticas de interferencia empleadas por la industria tabacalera no solo van en perjuicio del derecho a la salud, sino también de los derechos específicos de los niños, niñas y adolescentes.

Antes de analizar las estrategias de la industria tabacalera en el marco de la pandemia del COVID-19, resulta necesario reseñar brevemente los pronunciamientos de los organismos regionales e internacionales de derechos humanos frente al COVID-19, en total armonía con la meta 3.a de los Objetivos de Desarrollo Sostenible consagrados en la Agenda 2030, que dicta *“fortalecer la aplicación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco en todos los países, según proceda”*.¹⁰

- 1. “Dada la naturaleza de la pandemia, los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales deben ser garantizados... en especial, a aquellos grupos que son afectados de forma desproporcionada porque se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad, como son las personas mayores, las niñas y los niños”.**¹¹
- 2. “Adoptar de forma inmediata, urgente y con la debida diligencia, todas las medidas que sean adecuadas para proteger los derechos a la vida, salud e integridad personal de las personas que se encuentren en sus jurisdicciones frente al riesgo que**

⁹. Relatoría Especial sobre Derechos Económicos, Sociales, Culturales, Ambientales (REDESCA) - Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Empresas y Derechos Humanos: Estándares Interamericanos, 1 de noviembre de 2019, disponible en <http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/EmpresasDDHH.pdf>

¹⁰. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Objetivos de Desarrollo Sostenible. Objetivo 3: Salud y Bienestar, 2015, Disponible en <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-3-good-health-and-well-being.html#targets>

¹¹. Corte Interamericana de Derechos Humanos, Comunicado Corte IDH_CP 27/2020 (español), 9 de abril de 2020, disponible en <http://www.corteidh.or.cr/tablas/alerta/comunicado/cp-27-2020.html>

representa la presente pandemia. Tales medidas deberán de ser adoptadas atendiendo a la mejor evidencia científica, en concordancia con el Reglamento Sanitario Internacional (RSI), así como con las recomendaciones emitidas por la OMS y la OPS, en lo que fueran aplicables".¹²

3. "Los Estados partes deben adoptar una serie de medidas urgentes. En particular, las respuestas a la pandemia deben basarse en los mejores conocimientos científicos disponibles para proteger la salud pública.

Los Estados partes tienen la obligación de dedicar el máximo de recursos de que dispongan a la plena realización de todos los derechos económicos, sociales y culturales, incluido el derecho a la salud. Dado que esta pandemia y las medidas adoptadas para combatirla han tenido unos efectos desproporcionadamente negativos en los grupos más marginados, los Estados han de hacer todo lo posible por movilizar los recursos necesarios para combatir la COVID-19 de la manera más equitativa posible, con objeto de evitar que se imponga una carga económica adicional a esos grupos marginados. Se debe dar prioridad a las necesidades especiales de esos grupos en la asignación de recursos".¹³

77

Foto por Hush Naidoo en Unsplash



¹². Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Pandemia y Derechos Humanos en las Américas (Resolución 1/2020), 10 de abril de 2020, disponible en <https://www.oas.org/es/cidh/decisiones/pdf/Resolucion-1-20-es.pdf>

¹³. Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales - Consejo Económico y Social (ONU), Declaración sobre la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) y los derechos económicos, sociales y culturales, 17 de abril de 2020, disponible en <https://undocs.org/es/E/C.12/2020/1>

4. AUN ASÍ, LA INDUSTRIA TABACALERA REFORZÓ SU ESTRATEGIA DE ENGAÑO

Después de una reunión de expertos en salud pública sostenida el 29 de abril de este año, la OMS estableció que "los fumadores tienen más probabilidades de desarrollar síntomas graves en caso de padecer COVID-19, en comparación con los no fumadores". Además, "instó a investigadores, científicos y medios de comunicación a ser prudentes y evitar difundir la idea no probada de que el tabaco o la nicotina podrían reducir el riesgo de padecer COVID-19."¹⁴

La advertencia no fue casual. Desde hace décadas, confundir el debate ha sido uno de los objetivos más importantes de la industria tabacalera. Con una pandemia en expansión, hoy la industria tabacalera y sus aliados han difundido ampliamente tres mensajes:

1. Indican que fumar podría no ser un factor de riesgo asociado al COVID-19. Existe evidencia que sugiere que las personas fumadoras que contraen COVID-19 tienen mayor riesgo de enfermar gravemente¹⁵.

2. Han difundido en los grandes medios de comunicación un estudio que concluye que entre los hospitalizados con COVID-19, en promedio hay un número inferior de fumadores, por lo que se atribuye un "efecto protector" de la nicotina.¹⁶ Sin embargo, este estudio no ha sido revisado por pares y tiene numerosas debilidades.¹⁷

3. Pretenden ser parte de la solución, y buscan construir una imagen positiva anunciando públicamente que están comprometidos con el desarrollo de vacunas para COVID-19.

La Universidad de Bath, ha expuesto la debilidad y/o el conflicto de interés detrás de los mensajes. Sobre el primer estudio, ha cuestionado que muchos de los casos positivos corresponden a trabajadores de la salud, quienes tienen más posibilidades de adquirir la infección en el hospital y registran tasas más bajas de tabaquismo. Además, se excluyeron los casos más graves, de las personas que ingresaron a las unidades de terapia inten-

¹⁴. OMS, Declaración de la OMS: consumo de tabaco y COVID-19, 11 de mayo de 2020. Disponible en <https://www.who.int/es/news-room/detail/11-05-2020-who-statement-tobacco-use-and-covid-19>

¹⁵. M. Miyara, F. Tubach, V. Pourcher et al. Low incidence of daily active tobacco smoking in patients with symptomatic COVID-19, Preprint V3, en [qeios.com](https://www.qeios.com/read/WPPP19W.3), 1 de junio de 2020, disponible en <https://www.qeios.com/read/WPPP19W.3>

siva. Otro punto clave: el estudio no determina si había ex fumadores usando nicotina.¹⁸

El autor principal del segundo mensaje, basado en un estudio que no fue revisado por pares, – Farsalinos – ha recibido financiamiento de la industria de cigarros electrónicos. Aunado a lo anterior, uno de sus promotores – David Hockney – es miembro de la organización Forest’s Supporters Council, financiada también por la industria tabacalera.

Sobre el tercer mensaje, la Universidad de Bath ha llamado la atención sobre el fracaso de la industria tabacalera en el desarrollo de vacunas. Por ejemplo, Kentucky BioProcessing, propiedad absoluta de British American Tobacco, lanzó en 2014 un medicamento contra el ébola, sin comprobar eficacia. Ahora quiere producir una vacuna contra la COVID-19 mediante el uso de plantas de tabaco.¹⁹

Medicago, otra farmacéutica que pertenece en un 40% a Philip Morris International, ha declarado también que busca hallar una vacuna con base en las plantas de tabaco. El conflicto de interés es evidente: se usa una farmacéutica que pertenece a la industria, total o parcialmente, para reposicionarla ante el público.

¹⁶. K. Farsalinos, A. Barbouni, R. Niura. Smoking, vaping and hospitalization for COVID-19, queios.com, 4 de abril de 2020, disponible en <https://www.queios.com/read/Z69O8A.13>

¹⁷. Campaign for Tobacco Free Kids, Contrariamente a la información que circuló en los medios, la evidencia indica que los fumadores están en mayor riesgo frente al COVID-19 (comunicado de prensa), 24 de abril de 2020, disponible en https://www.tobaccofreekids.org/es/comunicados-prensa/2020_04_24_tobacco-risk-covid-19

¹⁸. A. Gilmore, Review of Controversial Study Related to Smoking and COVID-19, Stopping Tobacco Organizations & Products, 27 de abril de 2020, disponible en <https://exposetobacco.org/news/review-of-smoking-and-covid19/>

¹⁹. University of Bath, Tobacco Tactics: COVID-19, 6 de mayo de 2020, disponible en <https://tobaccotactics.org/wiki/covid-19/>



5. ¿CUÁLES ESTRATEGIAS HA UTILIZADO LA INDUSTRIA TABACALERA AMÉRICA LATINA PARA PROMOVER SUS PRODUCTOS?

Organizaciones de la sociedad civil de seis países de América Latina (Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, México y Uruguay), comprometidas con la lucha contra la pandemia del tabaquismo, monitorearon las acciones de marketing y publicidad de la industria tabacalera durante la pandemia de COVID-19. Los resultados mostraron que estas empresas intensificaron sus acciones de promoción, publicidad y comercialización, tanto de sus productos tradicionales (cigarrillos) como de su nueva generación de productos (cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado) aprovechándose del avance de la epidemia y las medidas gubernamentales de confinamiento.

El monitoreo también buscó recopilar las acciones gubernamentales con relación al consumo

de tabaco, vapeo y COVID-19.

El reporte está basado en un cuestionario por país, signado por organizaciones de la sociedad civil reputadas, que han luchado durante años por mejores políticas públicas para el control del tabaco. La información que se registra se ha compilado con sistemas de monitoreo de cada organización, con el respectivo sustento bibliográfico o documental.

Los contenidos de la investigación centran dos preguntas clave:

1. ¿Qué acciones de marketing está utilizando la industria tabacalera para sacar provecho de la pandemia de COVID-19?
2. ¿Cuál ha sido la reacción de los gobiernos nacionales, para asociar al tabaquismo como un factor de riesgo clave con los casos graves de COVID-19?

a. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO + REDUCCIÓN DE PRECIOS

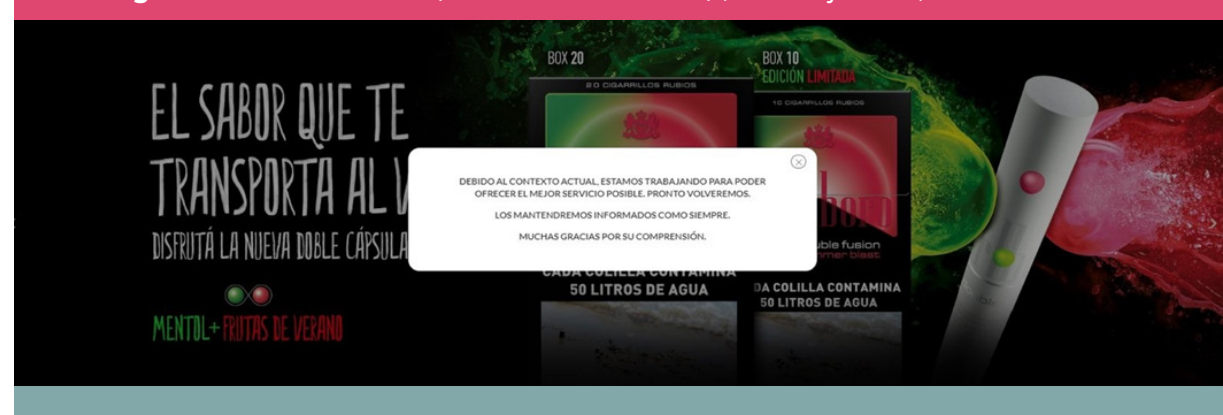
De conformidad con el artículo 1 del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT), se entiende por publicidad y promoción del tabaco, "toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso del tabaco".²⁰

En todos los países se reporta mayor intensidad en las estrategias de publicidad y promoción de los productos de tabaco durante la pandemia, especialmente de cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado, con excepción de Uruguay que reporta solamente un aumento en la publicidad y promoción de cigarrillos.

1. Argentina

La Fundación InterAmericana del Corazón (FIC) Argentina identificó que la industria tabacalera colocó gran cantidad de publicidad de cigarrillos tradicionales (ver imagen 1 con anuncio de Philip Morris International Argentina), así como cigarrillos electrónicos, en tiendas de la marca en línea, correo electrónico y anuncios en redes sociales.

Imagen 1: Sitio web Marlboro, www.marlboro.com.ar, (Visto mayo 2020).



Con la extensión de la epidemia por el país, la industria tabacalera no desaprovechó la oportunidad de particularizar sus mensajes de solidaridad con los consumidores y público en general (imagen 2).

²⁰ Organización Mundial de la Salud, Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, Ginebra, 2003, p. 4. Disponible en https://www.who.int/tobacco/framework/WHO_fctc_spanish.pdf

ES TIEMPO DE QUEDARNOS EN CASA.

En este momento tan difícil, al virus lo frenamos entre todos. Para nosotros es muy importante mantenernos conectados desde casa.

En nuestro sitio te informaremos acerca de todas las novedades.



FUMAR CAUSA MÁS DE 50 ENFERMEDADES MORTALES



Imagen 2: Mensaje de Philip Morris International enviado por correo electrónico (Visto mayo 2020).

En Argentina se detectó publicidad en redes sociales de “todovapeoargentina” (ver imagen 3), la cual llega a menores de edad. En tal virtud, viola la Ley Nacional Nro. 26.687, que prohíbe la publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco, con excepción del interior de los puntos de venta, las publicaciones comerciales para el sector tabacalero y las comunicaciones directas a mayores de 18 años.²¹ Dado que la normativa incluye la regulación de dispositivos electrónicos con o sin administración de nicotina, todas las prohibiciones inherentes a los productos de tabaco también afectan estos dispositivos.²² A su vez, es importante señalar que en el país la comercialización de cigarrillos electrónicos se encuentra prohibida desde el año 2011 por una disposición de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), Ministerio de Salud de la Nación.²³

²¹. Coalición Argentina de Control del Tabaco, Hacia una prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco en Argentina: una medida efectiva para luchar contra el tabaquismo, Buenos Aires, septiembre de 2019. Disponible en https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2019/09/Documento_Informativo_PPP.pdf

²². Fundación InterAmericana del Corazón Argentina, Cigarrillos electrónicos: situación en Argentina y recomendaciones (documento informativo), Buenos Aires, septiembre de 2019. Disponible en https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2019/09/1909_CE.pdf

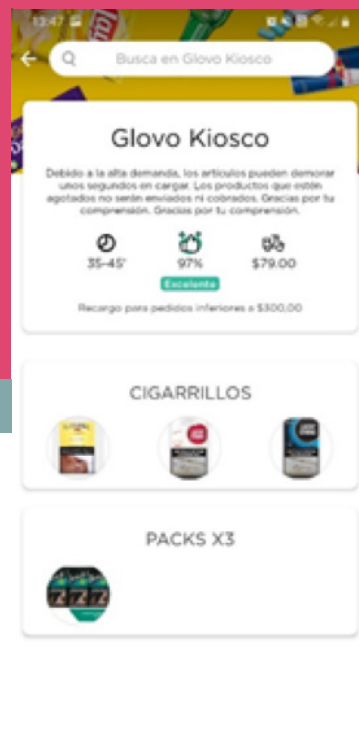
²³. Administración Nacional de Alimentos, Medicamentos y Tecnología Médica, Disposición 3226/2011.. Disponible en http://www.anmat.gov.ar/boletin_anmat/mayo_2011/Dispo_3226-11.pdf

Imagen 3: Publicidad de TodoVapeoArgentina en Instagram.



En servicios de entrega, hay varias plataformas disponibles, especialmente en la Ciudad de Buenos Aires - Rappi, Glovo y Wabi – que hacen envíos de productos de tabaco en los hogares.

Imagen 4: Publicidad de APP Glovo con venta de cigarrillos.



En las estrategias de interferencia de la industria tabacalera durante la pandemia, es relevante señalar cómo actuó, por sí o con sus aliados, hasta lograr la autorización para volver a producir cigarrillos, actividad que había sido suspendida como parte del aislamiento.²⁴

FIC Argentina detectó varios actores, promotores de esta incidencia a favor de la industria tabacalera: la Unión de Kiosqueros de la República Argentina (UKRA), la Cámara de Kiosqueros Unidos y la Federación Argentina de Kiosqueros. A su vez, FIC Argentina detectó la participación de la Cámara de Distribuidores de cigarrillos y de la Federación Argentina de Productores de Tabaco.

La intervención de estos actores se destacó en diversas notas periodísticas y, en simultáneo, se evidenció el envío de cartas a decisores públicos con el fin de lograr la autorización para retomar la producción. como: Se enviaron cartas al Presidente de la Nación (por parte de la Federación Argentina de Kiosqueros), al Jefe de Gabinete de la Nación, a autoridades provinciales y de la Ciudad de Buenos Aires (por UKRA), al Ministro de Desarrollo

Productivo de la Nación (por UKRA y la Cámara de Distribuidores de Tabaco). Además, la Federación Argentina de Productores de Tabaco y la Cámara de la Industria del Tabaco enviaron notas a los ministros de Economía, Agricultura y Desarrollo Productivo de la Nación.²⁵

En las notas periodísticas analizadas se destacan los siguientes argumentos: los cigarrillos como un producto esencial, el desabastecimiento de mercadería para vender (sólo comercializándose las provistas por las distribuidoras), el aumento desmedido de precios de los cigarrillos, la pérdida de fuentes de trabajo, la necesidad de recaudar por parte del Estado y el impacto en las provincias tabacaleras, entre otros (ver imágenes 5-9).²⁶



Imagen 5: Diario online "Primera Edición" (visto junio de 2020).



Imagen 6: Iprofesional (visto junio de 2020).



Imagen 7: Página 12 (visto junio de 2020).

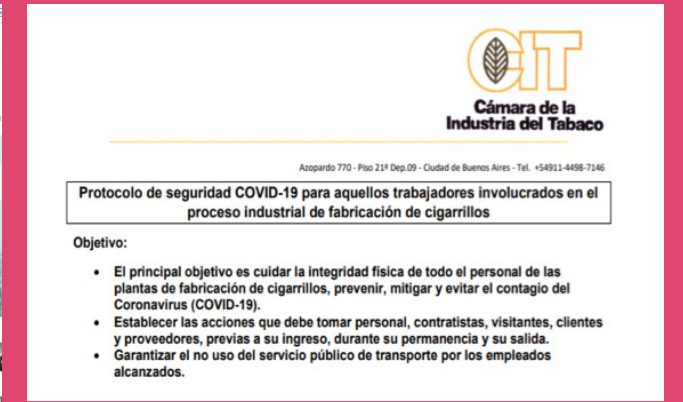


Imagen 8: El cronista (visto junio de 2020).

Imagen 9: La Voz (visto junio de 2020).



Imagen 10: Protocolo Cámara de la Industria del Tabaco (visto junio de 2020).



En este marco, el 10 de mayo el Gobierno Nacional autorizó la actividad y el protocolo sanitario para que la industria tabacalera vuelva a producir, catalogándola como una de las "Nuevas excepciones al aislamiento social preventivo y obligatorio" (ver imagen 10).²⁷

²⁴. Decreto 297/2020 Aislamiento social, preventivo y obligatorio, 19 de marzo de 2020. Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>

²⁵. Véase: El Independiente, "Kiosqueros y tabacaleras advierten que se termina el stock de cigarrillos", 19 de junio de 2020. Disponible en <https://www.elindependiente.com.ar/pagina.php?id=240655>; Diario online "Sin Mordaza", "Esta semana podrían terminarse todos los cigarrillos"; 4 de mayo de 2020. Disponible en <https://sinmordaza.com/noticia/18976-esta-semana-podrian-terminarse-todos-los-cigarrillos.html>; Infokioscos, "Cuarentena: los kioscos sin cigarrillos", 7 de abril de 2020. Disponible en <https://infokioscos.com.ar/108265/cuarentena-los-kioscos-sin-cigarrillos.html>; El tribuno, "Cigarrillos y bebidas alcohólicas sin stock", 20 de abril de 2020. Disponible en <https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2020-4-26-17-21-0-cigarrillos-y-bebidas-alcoholicas-sin-stock>.

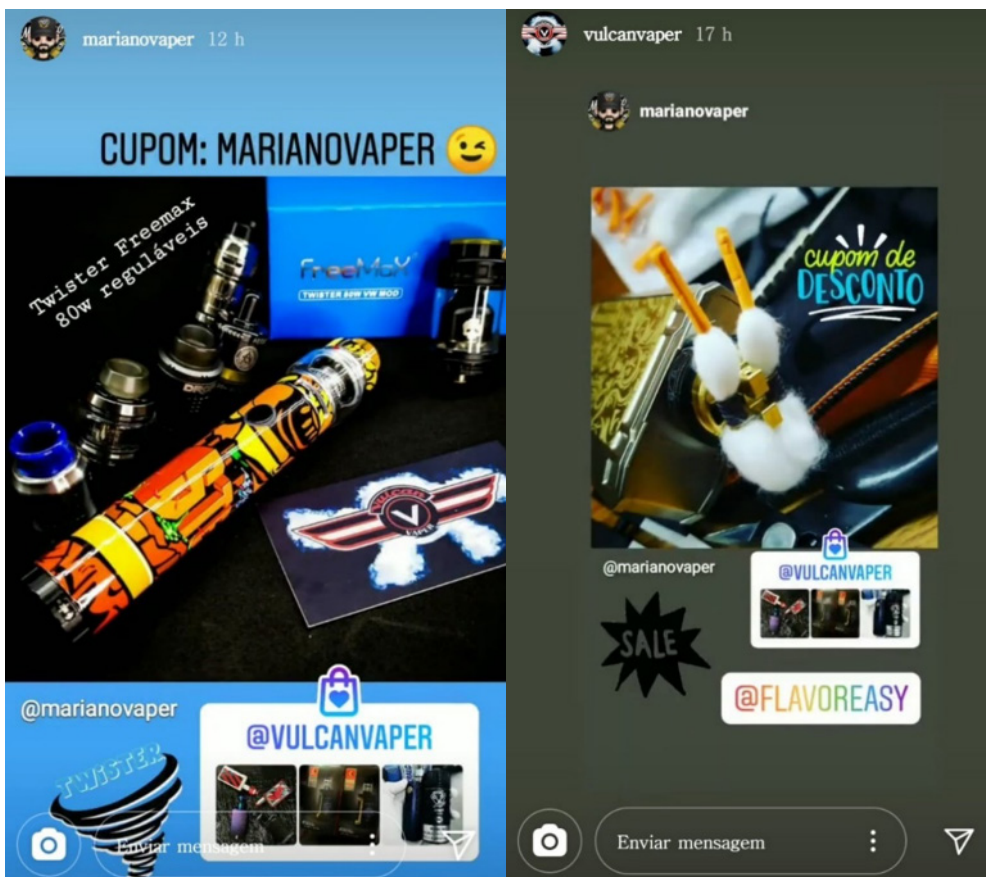
²⁶. Primera edición, "No es puro humo: en pocos días no habría más cigarrillos", 5 de mayo de 2020 Disponible en <https://www.primeraedicion.com.ar/nota/100271005/no-es-puro-humo-en-pocos-dias-no-habria-mas-cigarrillos/>; Iprofesional, Cigarrillos, sin stock por cuarentena 26 de abril de 2020 Disponible en <https://www.iprofesional.com/actualidad/314725-cigarrillos-en-cuarentena-piden-importacin>; Página 12, En una semana no hay más cigarrillos, 6 de mayo de 2020 Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/264064-en-una-semana-no-hay-mas-cigarrillos/>; El Cronista, Los kiosqueros le escribieron una carta a Alberto con dos pedidos claves: cuáles son, 8 de abril de 2020. Disponible en <https://www.cronista.com/apertura-negocio/empresas/Los-kiosqueros-le-escribieron-una-carta-a-Alberto-con-dos-pedidos-claves-cuales-son-20200408-0006.html>; La voz, Afirman que con la falta de cigarrillos se incrementarán las violaciones de la cuarentena. 24 de abril de 2020. Disponible en <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/afirman-que-con-falta-de-cigarrillos-se-incrementaran-violaciones-de-cuarentena>

²⁷. Boletín Oficial; Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio, Decreto 459/2020. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/228958/20200511>

2. Brasil

En el país más afectado por la COVID-19 en la región de América Latina,²⁸ están prohibidas la publicidad y promoción de productos de tabaco, con la única excepción de la exhibición de productos en el punto de venta. Desde 2009, el estatus legal de la comercialización de cigarrillos electrónicos también es de prohibición.²⁹

La ACT Promoção da Saúde (ACTbr) reportó campañas en Instagram con la etiqueta “Apoya a las pequeñas empresas”, que sirvió a los vendedores ilegales de cigarrillos electrónicos para promover sus productos. En la publicidad, incluyeron cupones de descuento.



Imágenes 11 y 12: Publicidad en Instagram, con cupones para la comercialización de cigarrillos electrónicos, que están prohibidos en Brasil.

En cuanto a los servicios de entrega, James, iFood y Rappi hacen envíos de productos de tabaco a domicilio.

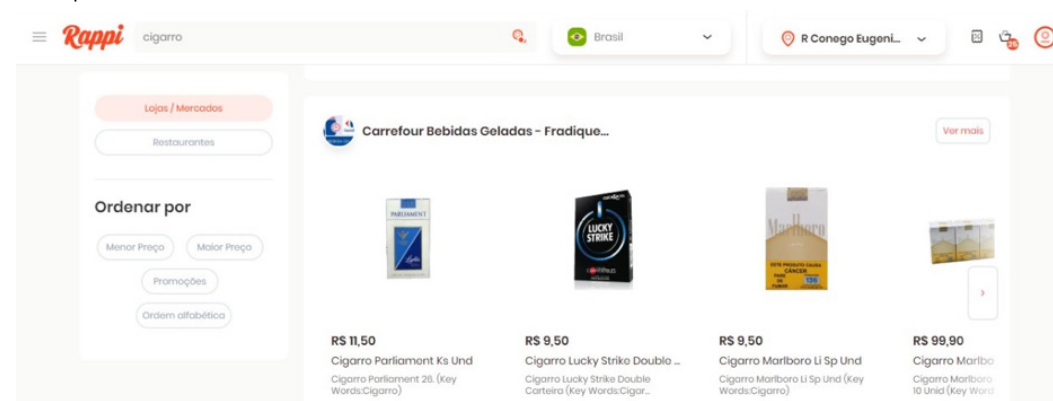


Imagen 13: Publicidad de cigarrillos en Rappi Brasil.

El período de compra de tabaco por parte de las empresas procesadoras y de cigarrillos coincidió con la adopción de medidas para combatir el COVID-19 por parte de China y Europa, principales compradores de la producción brasileña, y luego por Brasil. Por lo tanto, se suspendió la compra de tabaco, así como las actividades en las fábricas mediante decretos en los municipios donde tienen sus sedes. Sin embargo, los medios de comunicación documentaron que la Asociación de Productores de Tabaco de Brasil (Associação dos Fumicultores Brasileiros, Afubra) fue movilizada para que a compra de tabaco fuera incluida entre las actividades esenciales, incluso propiciando reuniones con congresistas por lo que se les permitió operar.³⁰

Una investigación periodística identificó que Philip Morris International, además de eliminar actividades, tuvo por lo menos la intención de aumentar aún más la producción, satisfacer la demanda y no comprometer su negocio: “Preservar la salud de nuestro público, sin comprometer el negocio, es uno de nuestros objetivos”, dijo Alejandro Okroglic, director de operaciones de la compañía. Abundó: “Esta es la razón por la que estamos aumentando nuestra producción y pidiendo el esfuerzo de cada uno”. El mensaje, enviado por correo electrónico a los empleados en marzo de este año, concluye con la presentación de un nuevo horario de trabajo, que comprende tres turnos nuevos los sábados.³¹

²⁸. Al 9 de julio de 2020, Brasil suma casi más de 1.7 millones de personas contagiadas y 69,184 decesos por COVID-19. En todo el mundo, para esa fecha se contabilizaron 12.2 millones de personas infectadas y más de 554 mil muertes. Con excepción de los Estados Unidos de América, ningún país ha sido más afectado en el mundo. Ver John Hopkins University & Medicine, COVID-19 Dashboard by the Centre for Systems Science and Engineering (CSSE), (consultado el 9 de julio de 2020, 23:00 horas), disponible en <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

²⁹. Campaign for Tobacco Free Kids, Legislation by country: Brazil, Washington, D.C., Septiembre de 2019, disponible en <https://www.tobaccocontrol.org/legislation/country/brazil/summary>

³⁰. Perfil en Facebook de Marcelo Moraes, “Reunión con Afubra”, 2 de abril de 2020, disponible en <https://web.facebook.com/oficial.marcelomoraes/photos/a.1888524614729045/2567794513468715/?type=1&theater>

³¹. The Intercept, “Coronavirus: Philip Morris aumenta produção de cigarros em meio a mortes por insuficiência respiratória”, 6 de abril de 2020, disponible en <https://theintercept.com/2020/04/06/coronavirus-philip-morris-cigarros/>

3. Colombia

Corporate Accountability, organización no gubernamental internacional con sede regional en Bogotá, detectó que la publicidad y promoción de productos de tabaco constituye una de las estrategias continuas de la industria, junto con la comunicación digital de sus nuevos productos. Frente a la COVID-19, la industria tabacalera y sus aliados han intensificado igualmente sus mecanismos de comercialización:

- Hay exhibición de productos de tabaco y nicotina en tiendas físicas y en línea (on line), por ejemplo, en almacenes de la cadena Jumbo (ver <https://www.tiendasjumbo.co/supermercado/cigarrillos-y-tabacos> e imagen 14).

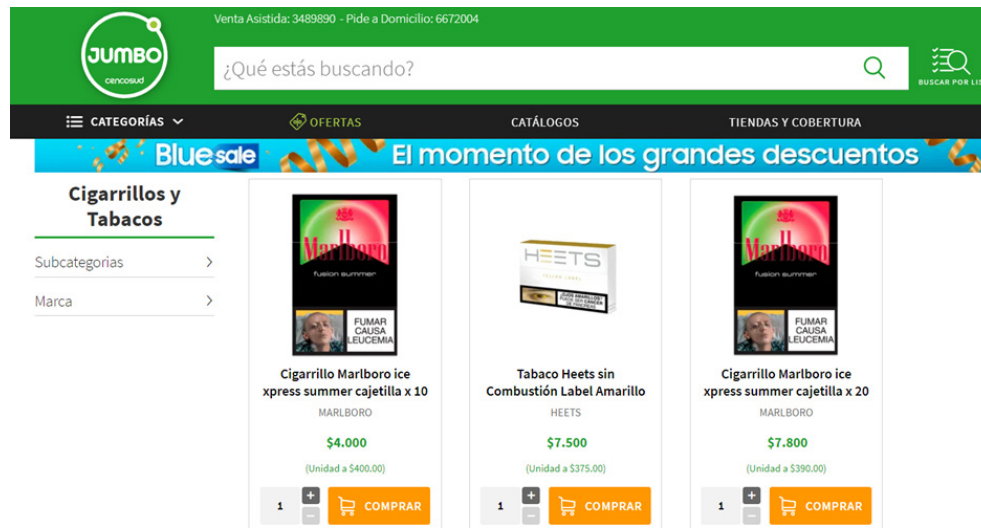


Imagen 14: Publicidad de Tiendas Jumbo, con venta de cigarrillos y accesorios de IQOS.

- Vype, de British American Tobacco, y su tienda virtual (ver <https://www.govype.com/co>) comenzaron a ofrecer combos y promociones en el contexto de la pandemia, además de descuentos en primera compra y ofertas exclusivas si te registras en su newsletter (imágenes 15 a 18).

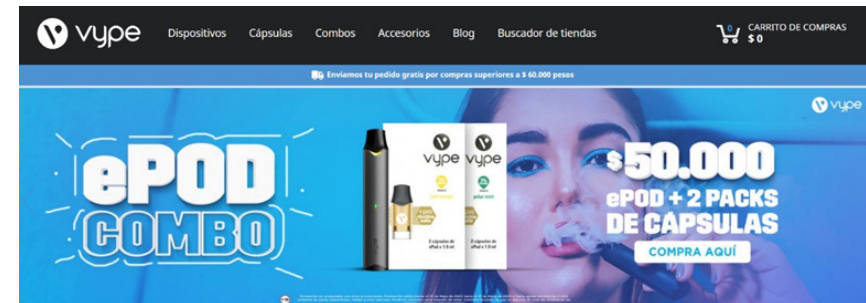


Imagen 15: Combo en <https://www.govype.com/co> (visita 25/05/2020).

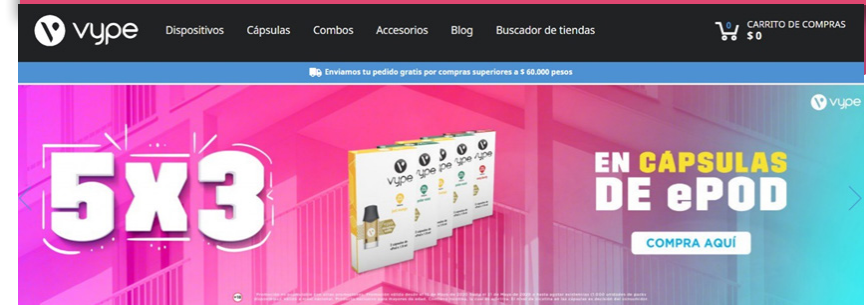


Imagen 16: Promociones en <https://www.govype.com/co> (visita 25/05/2020).



Imagen 17: Descuentos en primera compra, en <https://www.govype.com/co> (visita 25/05/2020).

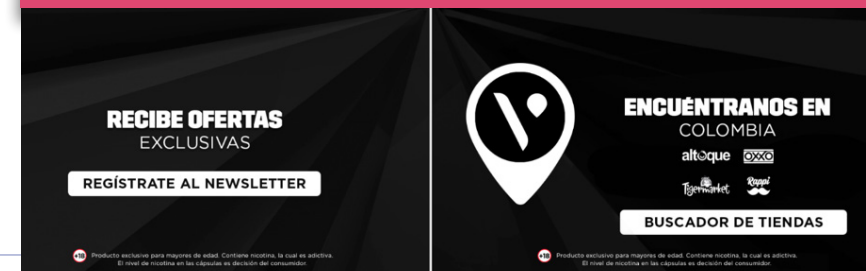


Imagen 18: Ofertas exclusivas por registro a newsletter en <https://www.govype.com/co> (visita 25/05/2020).

- IQOS, la marca de productos de tabaco calentado de Philip Morris International, ofrece combos (imagen 19) y mantiene su venta en línea. Hay una imagen donde hace referencia explícita a la COVID-19: Según ellos, si cuidas de ti, ellos cuidarán tu experiencia IQOS (imagen 20).

Imagen 19: Combos en la tienda virtual de IQOS <https://co.iqos.com/es/tiendas>, (visita 25/05/2020).

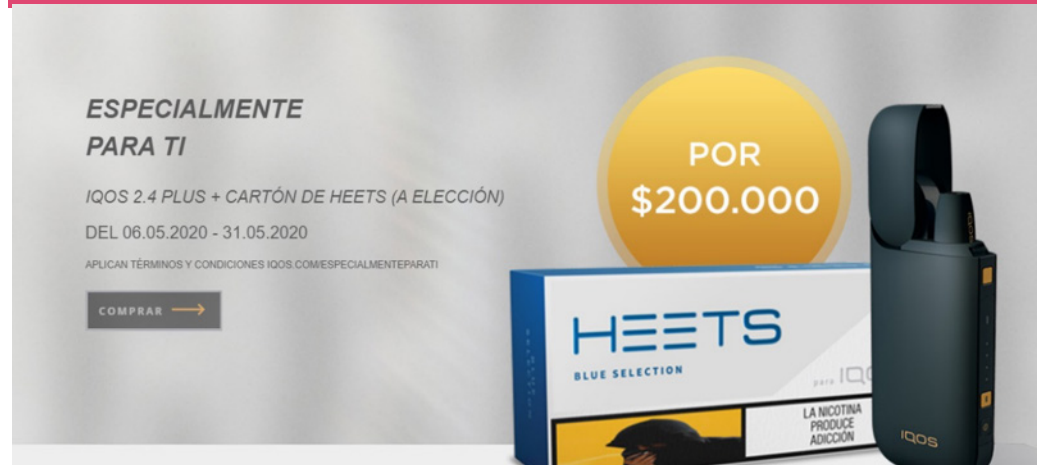


Imagen 20: Publicidad de IQOS, con referencia al COVID-19, disponible en <https://co.iqos.com/es/tiendas>, no visible en México (visita 25/05/2020).



- Además de las comunicaciones de las marcas de Philip Morris International (IQOS) y de British American Tobacco (Vype), también hay otras tiendas en línea especializadas en productos de vapeo. Una de las más importantes, en términos de cobertura y variedad de productos es <https://vaporkingdom.com.co/>, que incluso ofrecen sus productos con envío a domicilio durante la pandemia (imágenes 21 y 22).

Imagen 21 y 22: Publicidad en <https://vaporkingdom.com.co/>



Imagen 21: Publicidad de IQOS, con referencia al COVID-19, disponible en <https://co.iqos.com/es/tiendas>, no visible en México (visita 25/05/2020).



Otra estrategia que se encontró en Colombia es la reducción de precios durante el confinamiento para estimular las ventas, especialmente en Vype, de British American Tobacco, e IQOS, la marca insignia de productos de tabaco calentado de Philip Morris International. En ambos casos hay precios especiales y más específicamente con Vype, la reducción de precios puede llegar hasta un 64% en un combo de vaporizador más cápsulas (imágenes 23 a 26).

Imagen 23: Publicidad de IQOS, disponible en <https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/bundles>



ENVÍO GRATIS

El envío será gratis para compras de Vype iguales o superiores a \$ 60.000. La tarifa sin costo será aplicada directamente al momento del pago.

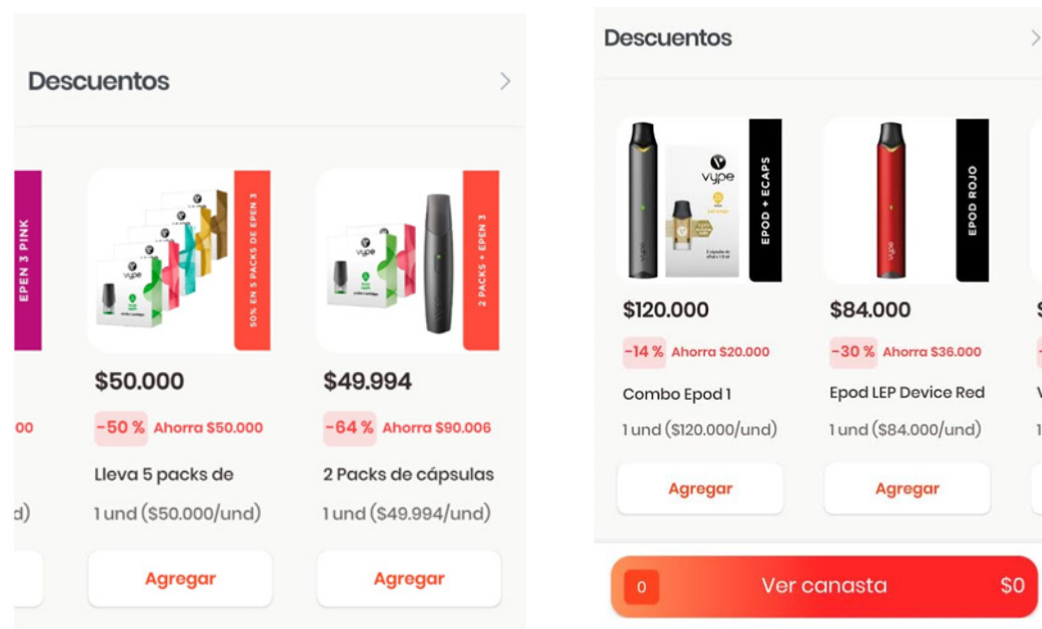


Imagen 24 a 26: Vype ofrece descuentos especiales y entrega a domicilio gratis, después de cierto monto de compra, disponible en <https://www.govype.com/co/envio-de-productos>

En Colombia, Corporate Accountability detectó que la propia industria utiliza redes sociales para la promoción directa de sus productos IQOS, de Philip Morris International, por ejemplo, no deja red social sin cubrir. Están en Facebook (<https://www.facebook.com/iqos.co/>), Twitter (https://twitter.com/iqos_support_co), Instagram (https://www.instagram.com/iqos_co/), como YouTube (https://www.youtube.com/channel/UCdTyKnYzo2X1pOg5V_fvRw/). Por si fuera poco, en LinkedIn hay varios perfiles de personas bajo una imagen que se llama agentes de marca (por ejemplo, <https://co.linkedin.com/in/johanna-mu%C3%B1oz-univio-599320117?trk=pub-pb-map>).

Vype, de British American Tobacco, también tiene cubiertas las cuatro redes sociales más importantes: Facebook (<https://www.facebook.com/vypecolombia>), Twitter (<https://twitter.com/vypecol>), Instagram (<https://www.instagram.com/vypecol/>) y YouTube (https://www.youtube.com/channel/UCOEzwhCl6rk44bT_GjOsQDQ).

En suma, la industria tabacalera en Colombia está muy activa en redes, medios digitales y canales de comercialización online: todas las empresas analizadas ofrecen servicio de comunicación con el usuario. La base de datos de Corporate Accountability es tan amplia como las violaciones sistemáticas al Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT) y la falta de respuesta de la Superintendencia de Industria y Comercio – entidad llamada en el marco normativo vigente a sancionar el comportamiento de la industria tabacalera. Todo ello, en un país que tiene la prohibición total de publicidad y promoción de productos de tabaco (incluida la exhibición de productos) que rige en el país desde 2009 (Ley 1335)³², y donde la Corte Constitucional en sentencia C-830 de 2010 declaró la exequibilidad de tales prohibiciones.³³

Todo ello, en un país que tiene la prohibición total de publicidad y promoción de productos de tabaco (incluida la exhibición de productos) que rige en el país desde 2009 (Ley 1335)³², y donde la Corte Constitucional en sentencia C-830 de 2010 declaró la exequibilidad de tales prohibiciones.³³

Foto por Vaporesso en Unsplash



³² Defensoría del Pueblo de Colombia, Informe de seguimiento al cumplimiento del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco en Colombia, Bogotá, 2017. Disponible en https://www.defensoria.gov.co/public/pdf/Informe_tabaco.pdf

³³ Corte Constitucional de Colombia, Sentencia C-830/10, Colombia, 20 de octubre de 2010. Disponible en <https://www.corteconstitucional.gov.co/RELATORIA/2010/C-830-10.htm>

4. Ecuador

Se ha registrado también aumento de la publicidad y promoción de los productos de tabaco. Aunado a la exhibición de cigarrillos convencionales en tiendas on line, específicamente en la Plataforma Glovo (imagen 26), se suman numerosos posteos en Instagram y Facebook para promover cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado (imágenes 27-33).

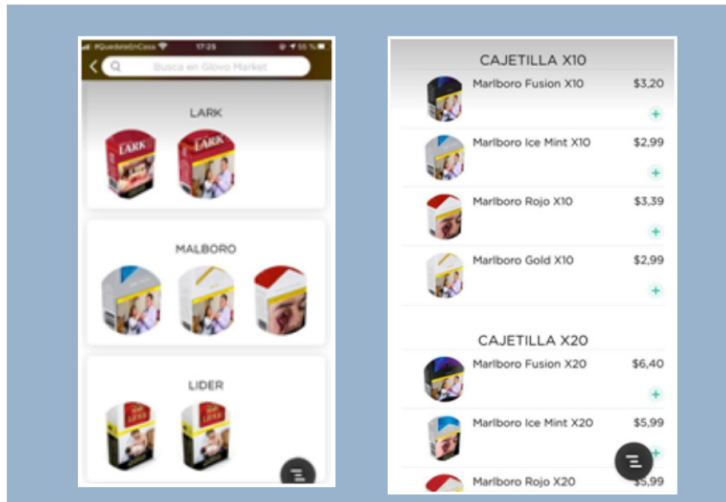


Imagen 27: Publicidad en Glovo Ecuador.



Imagen 28: Campaña de vaporizadores en Instagram (Ecuador, abril 2020).



Imagen 29 a 31: Campaña en redes sociales de la Asociación de Vapeadores, ASOVAPE (Ecuador, abril 2020).



Imágenes 32 y 33: Publicidad de Heets, de IQOS, en Facebook (Ecuador, abril de 2020).

Corporate Accountability, la Fundación Ecuatoriana de Salud Respiratoria (FESAR) y la Alianza Antitabaco Ecuador, organizaciones civiles que hicieron el reporte de Ecuador, detectaron que los promotores de vapeadores hicieron posteos en Facebook e Instagram para unirse al Día Internacional del Vapeo 2020, destacando que Ecuador estaría representado por el Presidente de la Asociación (imagen 34). Desde otros usuarios, difunden incluso un concurso para compartir su testimonio, como fumador, sobre por qué está pensando en vapear (imagen 35). Menuda promoción del vapeo en tiempos de pandemia, en uno de los países más afectados por COVID-19.



Imagen 34: Publicidad del Vape Fest 2020 en Twitter (Ecuador, mayo de 2020).

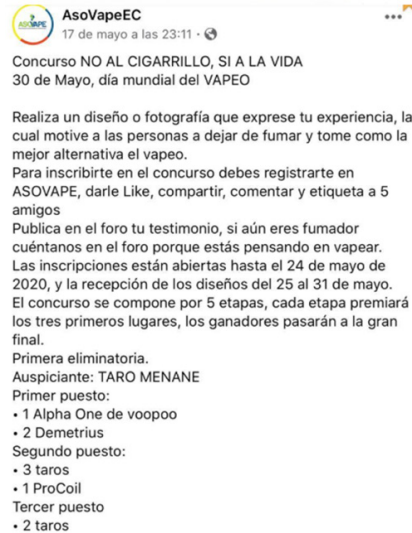


Imagen 35: Perfil en Twitter, promoviendo el vapeo durante pandemia (Ecuador, mayo de 2020).

En Ecuador, las organizaciones de la sociedad civil han detectado publicidad que toma ventaja del confinamiento o la cuarentena. Además, la Covid-19 ha traído al mundo una nueva dinámica de comercialización. Para el caso ecuatoriano que no estaba involucrado en gran medida al comercio digital, fue un momento de cambios en el que las compras se debían pedir a domicilio para evitar el salir y por tanto reducir el riesgo de contraer el virus.

Por ello se vio el repunte de aplicaciones como Glovo, Tipti, Uber y Rappi, entre otras, que eran las que la

gente más conocía y usaba para adquirir productos que necesitaba, pues por las aplicaciones se pedían comida, medicina, licor y tabaco. Las tiendas de vapeo también aprovechaban este servicio a domicilio ya que el 17 de marzo apenas empezaba la emergencia en el país; la cuenta de @vapetime.ec en Instagram publicó la frase "Haz tu pedido y recíbelo en casa (imágenes 36 y 37).



Imágenes 36 y 37: Publicidad en Instagram para la entrega de vaporizadores a domicilio, incluyendo mensajes por WhatsApp (marzo de 2020).



En suma, en Ecuador se ha intensificado la comercialización de nuevos productos en tiendas en línea (Glovo), correo electrónico (con todas las empresas que ofrecen comunicación con el usuario) y redes sociales, acá de manera abrumadora y brutal. Salvo la publicidad por correo electrónico, que sí está permitida a mayores de 18, de acuerdo con la Ley Orgánica Para la Regulación y Control del Tabaco –LORCT– (2011), la regulación de las ventas por internet es incierta, a pesar de que la interpretación del Art. 19 LORCT, se deriva que la promoción, publicidad y patrocinio por internet o redes sociales está prohibida.³⁴

De igual manera, debe mencionarse que la Agencia Nacional de Regulación,

Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), si bien tiene la competencia para monitorear y atender las denuncias por publicidad y promoción de los productos de tabaco,³⁵ se ha enfocado en los medios tradicionales por la falta de claridad sobre sus facultades para hacerlo sobre otros medios (internet, redes sociales, entre otros), lo que ocasiona un vacío del que la industria tabacalera saca ventaja (a pesar que de la revisión de los Decretos ejecutivos que regulan las competencias del ARCSA Decreto No. 1290, 2012³⁶ y Decreto No. 544, 2015³⁷ no se interpreta que se haya hecho alguna diferenciación).

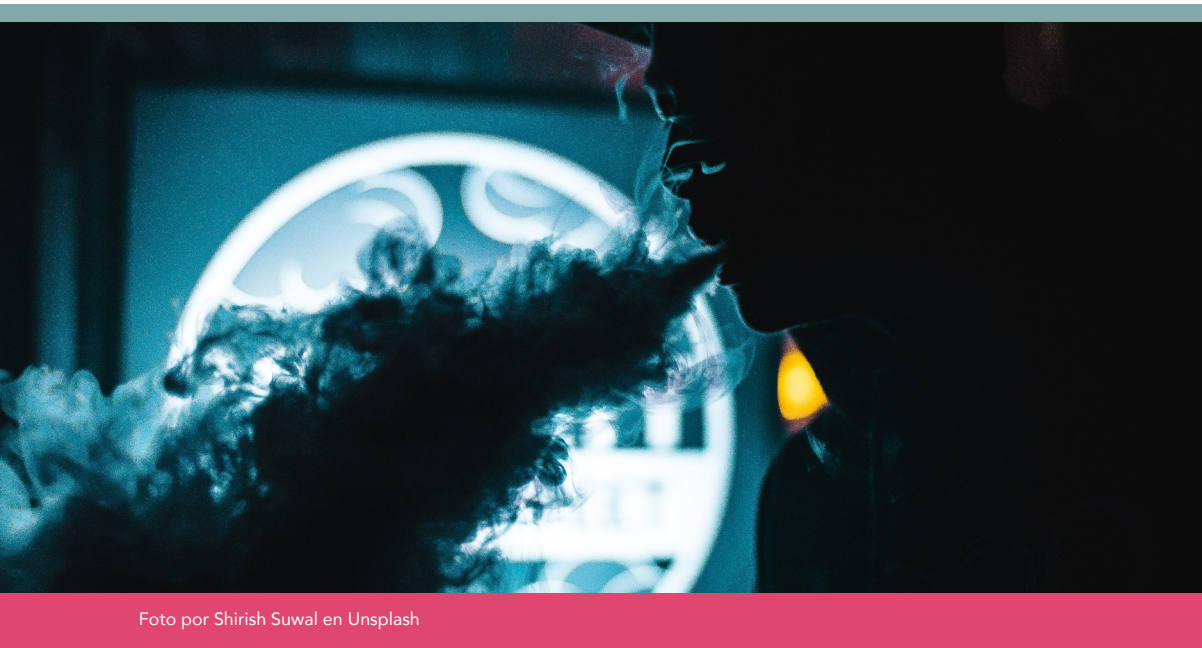


Foto por Shirish Suwal en Unsplash

³⁴. Tobacco Control Laws, Ecuador: publicidad, promoción y patrocinio, 1 de junio de 2020. Disponible en <https://www.tobaccocontrol.org/legislation/factsheet/aps/ecuador>

³⁵. Artículo 1 y 2 (num 11) Decreto Ejecutivo No. 544 de 2015 "Reformas al Decreto Ejecutivo No. 1290, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 788 de septiembre 13 de 2012".

³⁶. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/DECRETO-EJECUTIVO-1290.pdf>

³⁷. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/09/D-0544-Reforma-al-Decreto-N%C2%B01290-creaci%C3%B3n-ARCSA.pdf>

5. México

La legislación nacional, vigente en México desde 2008, prohíbe la publicidad y promoción, con excepciones acotadas: revistas para adultos, sitios para adultos y correo personal. Por lo demás, comerciar, vender o distribuir al consumidor final cualquier producto del tabaco por teléfono, correo, internet o cualquier otro medio de comunicación está prohibido. Más aún, está prohibida la comercialización, venta, distribución, exhibición, promoción o producción de los sistemas electrónicos de administración de nicotina.³⁸ Con un decreto presidencial reciente – publicado en el Diario Oficial de la Federación el 19 de febrero de 2020 – queda prohibida la importación de cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado, incluyendo sus componentes.³⁹

Sin embargo, aprovechándose de la epidemia y las medidas de confinamiento (Jornada Nacional de Sana Distancia), Salud Justa MX, una organización de la sociedad civil, e Inti Barrientos, investigador del Instituto Nacional de Salud Pública, detectaron que la industria tabacalera ha aumentado la publicidad y promo-

ción de los cigarrillos electrónicos (especialmente Vype) y productos de tabaco calentado (IQOS) en tiendas en línea (véase <https://www.govype.com/mx/es/> y <https://www.iqos.com/mx/es/home.html>, correo electrónico, anuncio en redes sociales, mensajes de WhatsApp y llamadas telefónicas).

En el caso de Vype, se ofrecen combos con precios reducidos y se promueve el servicio de entrega por Rappi (imágenes 38 y 39). Por si fuera poco, esta plataforma de Rappi tiene una categoría específica del producto en su página web (imágenes 40 y 41).

En la página de Vype se accede a un servicio de blog para dudas – deberían llamarle sección para sembrar dudas, donde se proyecta una visión sesgada de lo que ellos llaman "ciencia del vapor" – así como a un chat para interacción directa con un agente (imágenes 42 y 43).

El costo de un combo de Vype se puede reducir hasta un 83.33% del precio que tenía a inicios de año. Esta es una estrategia brutal para enganchar fumadores activos o potenciales durante el confinamiento (imagen 44).

³⁸. Artículos 16 y 23 de la Ley General para el Control del Tabaco, publicada el 30 de mayo de 2008, con una última reforma publicada el 6 de enero de 2020. Disponible en http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ley_general_tabaco.pdf

³⁹. Decreto por el que se modifica la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, Diario Oficial de la Federación, 19 de febrero de 2020. Disponible en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5586899&fecha=19/02/2020



Foto por Shirish Suwal en Unsplash

Después de las medidas de confinamiento dictadas por la Secretaría de Salud de México, la marca intensificó el envío de mensajes por correo electrónico. La referencia, que conecta la campaña gubernamental #QuédateEnCasa, con el mensaje principal "Motivos para quedarte en Casa" es inevitable (imagen 45).

VYPEFRIEND, DEBIDO A LAS COMPLICACIONES LOGÍSTICAS DERIVADAS DE LA SITUACIÓN ACTUAL, ES POSIBLE QUE HAYA ATRASOS EN LA ENTREGA DE TUS PRODUCTOS. AGRADECEMOS TU COMPRESIÓN.

MAXI COMBO

MÁXIMA EXPERIENCIA, MÁXIMO SABOR

*ENVÍO SIN COSTO

	ePEN 3	ePOD
6 Packs de pods	\$550 \$720	\$700 \$900
10 Packs de pods	\$900 \$1200	\$1,100 \$1500

EXCLUSIVO PARA CONSUMIDORES DE NICOTINA. *ENVÍO SIN COSTO A TRAVÉS DE GOVYPE.COM, EN LA COMPRA MÍNIMA DE DOS PACKS DE PODS. NO APLICA PARA PACKS DE EPOD. EL USUARIO ELIGE SABOR Y NIVELES DE NICOTINA SEGÚN DISPONIBILIDAD.

VYPEFRIEND, DEBIDO A LAS COMPLICACIONES LOGÍSTICAS DERIVADAS DE LA SITUACIÓN ACTUAL, ES POSIBLE QUE HAYA ATRASOS EN LA ENTREGA DE TUS PRODUCTOS. AGRADECEMOS TU COMPRESIÓN.

COMBO DÚO

ENVÍO SIN COSTO*

GOVYPE.COM Rappi

ORDENAR

	2 PACKS DE CARTUCHOS de ePOD	2 PACKS DE CARTUCHOS de ePEN3
Combo con cuatro cartuchos para ePod 6	\$250 \$300.00	\$200 \$240.00
Combo con cuatro cartuchos para ePen3 de	\$200 \$240.00	\$200 \$240.00
Combo con seis pod packs ePod 6 precio	\$700 \$800.00	\$550 \$700.00
Combo con seis pod packs ePen3 6mg/ml, si precio	\$550 \$700.00	\$550 \$700.00
Combo con seis ePen3 6mg/ml, si precio	\$550 \$700.00	\$550 \$700.00

VALIDO EN LA COMPRA MÍNIMA DE 2 PACKS DE PODS. APLICA PARA PODS DEL MISMO DEVICE. NO APLICA PARA PACKS DE EPOD. EL USUARIO ELIGE SABOR Y NIVELES DE NICOTINA SEGÚN DISPONIBILIDAD.

Imágenes 38 y 39: Combos y servicio de entrega a domicilio por Rappi, tanto de vaporizadores como de cartuchos de Vype (disponibles en <https://www.govype.com/mx/es/>).

Imágenes 40 y 41: Categoría exclusiva para Vype en la plataforma de Rappi (marzo de 2020).

VYPEFRIEND, DEBIDO A LAS COMPLICACIONES LOGÍSTICAS DERIVADAS DE LA SITUACIÓN ACTUAL, ES POSIBLE QUE HAYA ATRASOS EN LA ENTREGA DE TUS PRODUCTOS. AGRADECEMOS TU COMPRESIÓN.

Blog



Dispositivos

Desde \$99 por tiempo limitado
 Válida una promoción por usuario: 1 dispositivo con descuento

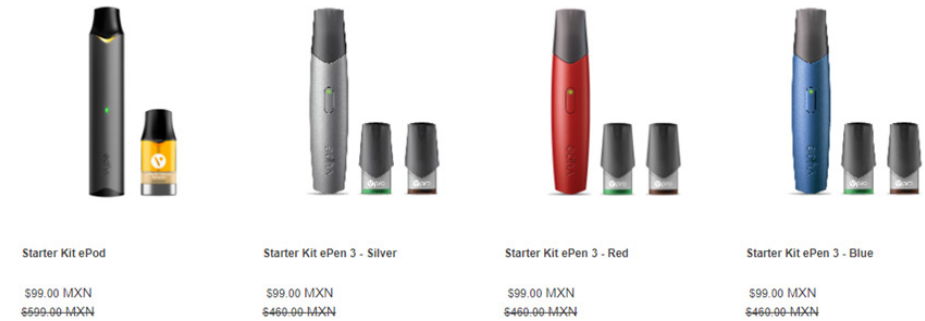
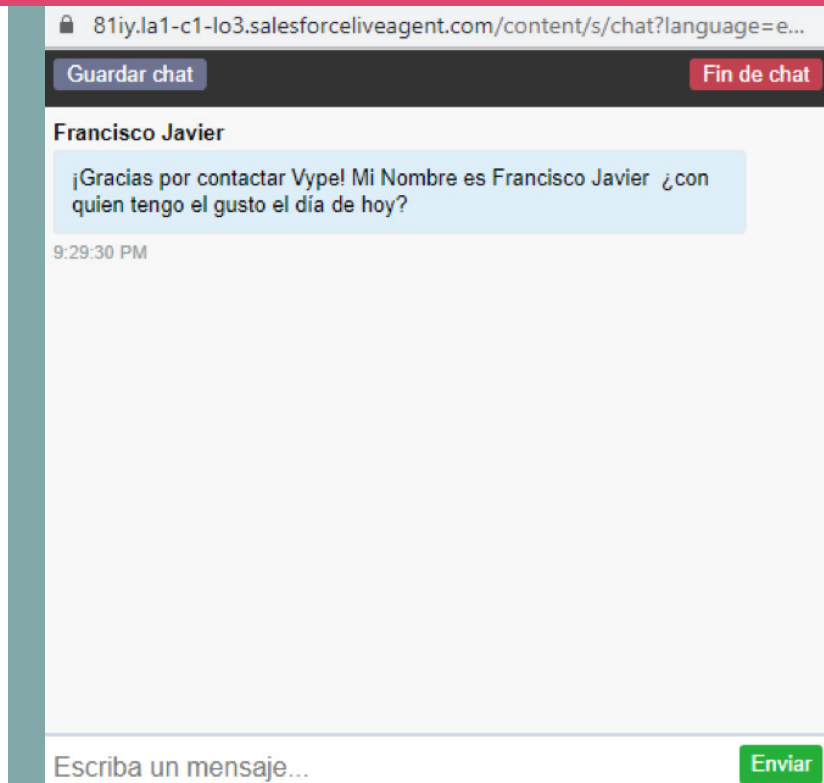
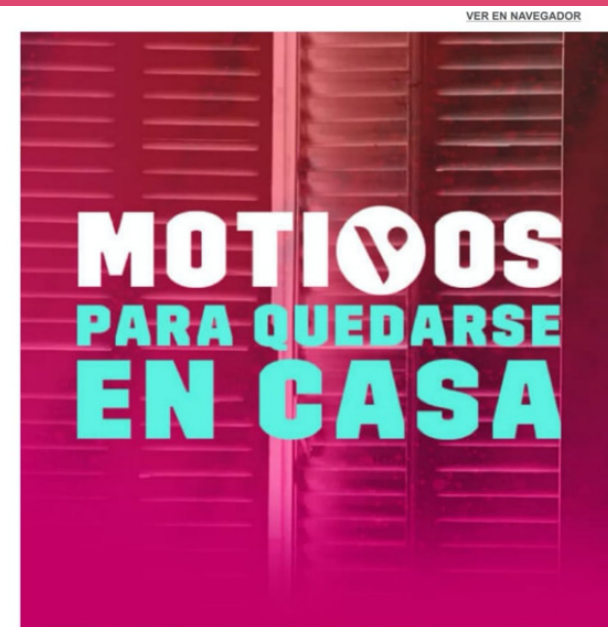


Imagen 44: Reducción brutal de precios (mayo de 2020).



Imágenes 42 y 43: Blog de Vype, disponible en <https://www.govype.com/mx/es/blog>, donde también puedes iniciar un chat (mayo de 2020).



Ahora podrás adquirir productos Vype sin salir de casa.

**ENVÍO SIN COSTO*
 EN GOVYPE.COM Y**

Imagen 45: Vype, de BAT, también intensificó el envío masivo de publicidad por correo electrónico (abril de 2020).

Además de que Philip Morris International aumentó sus canales de distribución con nuevos puntos de venta, después iniciada la epidemia en México comenzó a vender IQOS por Internet, lo cual es ilegal. También es posible programar una demostración hasta las puertas de tu hogar: basta que pongas unos cuantos datos y alguien irá a tu domicilio para mostrarte los dispositivos y cartuchos, lo cual pone en riesgo de contagio de COVID-19 tanto a quien compra, como a quien muestra (ver imagen 46). El demostrador llega incluso con una terminal bancaria para completar la transacción.

¡Descubre IQOS desde casa!

Compartémos tus datos y te mostraremos todo lo que IQOS tiene para ti. ¿Tienes tiempo? agenda una demostración de producto por llamada o videollamada.

- 1 Completa el formulario de abajo (20 segundos)
- 2 Te llamaremos para agendar tu demostración
- 3 Conéctate a tu demostración de producto
- 4 Descubre la experiencia IQOS desde casa

Demostración con un experto IQOS

Puedes dejar tus datos y uno de nuestros expertos te llamará para ayudarte a elegir la mejor manera para descubrir IQOS.

Nombre:

Apellido:

MX Teléfono (10 dígitos):

Imagen 46: Demostraciones ilegales al domicilio (disponible en <https://www.iqos.com/mx/es/prueba-iqos.html>).

IQOS también está disponible por Rappi. Desde la página de la marca en Facebook, se recomienda que realices tus compras a domicilio por medio de esa plataforma. Las estrategias de envío a domicilio fueron objeto de un amplio reportaje en el portal de noticias de una periodista muy reconocida en México.⁴⁰

⁴⁰. Tabacaleras apoyan el #Quédateencasa... pero fumando, Aristegui Noticias, 28 de mayo de 2020, disponible en <https://aristeguinoticias.com/2805/mexico/tabacaleras-apoyan-el-quedaencasa-pero-fumando/>

IQOS tampoco ha desaprovechado la oportunidad de intensificar sus estrategias de comercialización en redes sociales, especialmente en Facebook. Desde ahí interactúa con el público, promueve los envíos gratis de sus productos, organiza chats con expertos para resolver dudas y promueve un teléfono para que hagas tus pedidos desde cualquier parte del país. Acá tampoco podría faltar el mensaje "nos importas" (imágenes 47-50).

NUNCA UTILICES LÍQUIDOS PARA LIMPIAR EL INTERIOR DE TU IQOS NI DE TU HOLDER.

Si te falta algún accesorio para tu IQOS o productos de limpieza, tenemos envío gratis en [IQOS.com](https://www.iqos.com) para que nada detenga tu cambio.

Te invitamos a que te unas el próximo domingo a nuestro Live con un Experto IQOS, para poder resolver todas las dudas que tengas En Vivo.

¡QUEREMOS RESOLVER TODAS TUS DUDAS!

CUÍDATE, NOS IMPORTAS. IQOS

800 1 476769 | IQOS.COM

Imágenes 47-50: Publicidad de IQOS en Facebook (abril y mayo de 2020).

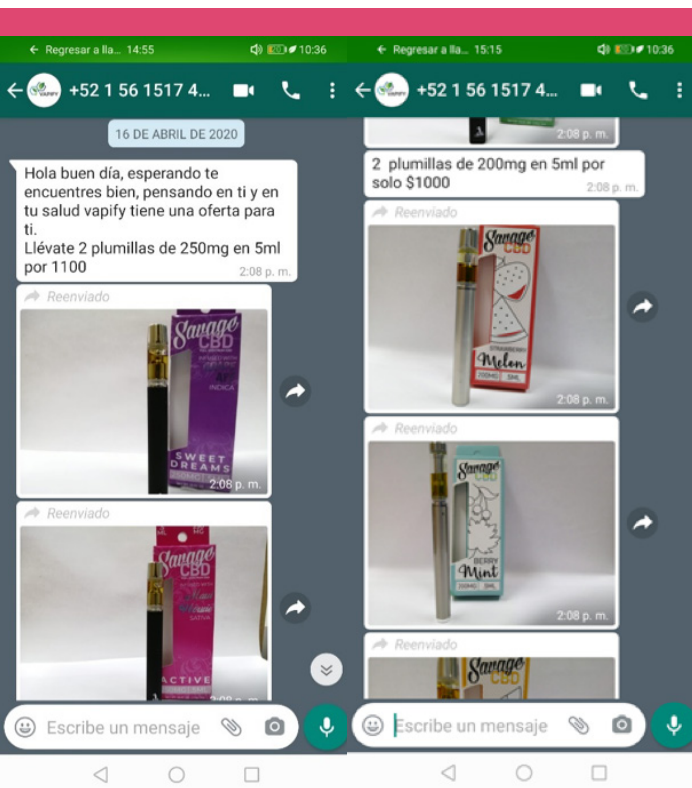


Imagen 51: Mensajes por WhatsApp de un proveedor local de cigarrillos electrónicos (abril de 2020).

Como en Colombia, la industria tabacalera en México tiene presencia en las redes sociales más importantes. Vype, por ejemplo, está en Facebook (<https://www.facebook.com/vypemx/>), Twitter (<https://twitter.com/govypemx?lang=es>), Instagram (<https://www.instagram.com/govypemx/>) y YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UC51uYNOYHVDuC-sxrtirxlw>). IQOS, por su parte, tiene presencia en Facebook (<https://www.facebook.com/iqosmx/>), Instagram (https://www.instagram.com/iqos_mx/) y YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UC-Q0NR6SLSmgfrV5TicZXqaA>).

Otras marcas de cigarrillos electrónicos también hacen envíos por WhatsApp, con mensajes que invitan a comprar a precios reducidos sus productos. De igual manera, los envíos masivos se han vuelto más comunes con el avance de la epidemia (imagen 51).



Composición por Abigail Villaseñor Ortega

6. Uruguay

El Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo (CIET), identificó un aumento en la publicidad y promoción de productos de tabaco, específicamente cigarrillos. A diferencia de otros países que se han valido de recursos de publicidad directa, especialmente en redes sociales, en Uruguay se detectó publicidad indirecta. La industria entregó 700 canastas de subsistencia, incluyendo cigarrillos, a reclusos del centro penitenciario de Santiago Vázquez, en el departamento de Montevideo.⁴¹

En Uruguay no se detectó reducción de precios, ni tampoco servicios de entrega a domicilio. Es preciso destacar que Uruguay es uno de los países más avanzados en materia de control de tabaco de la región y un referente mundial de la lucha contra las tabacaleras:

- Está prohibido fumar en todos los lugares públicos cerrados, lugares de trabajo cerrados y transporte público. Además, existe prohibición para fumar dentro de instalaciones educativas y de salud, incluso al aire libre.
- La legislación nacional prohíbe toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco.⁴²
- Es obligatorio el empaquetado simple y estandarizado en todos los productos de tabaco, con 80% para advertencias en las caras principales. Esta disposición entró en vigor el 22 de diciembre de 2019, después de una resolución promulgada en 2017, reglamentado en 2018, pero que fue impugnado por dos empresas tabacaleras, Monte Paz y la Republicana.⁴³ Con ello se convirtió en el primer país de América Latina con esa regulación de vanguardia.



Imagen 52: Despensas entregadas por empresarios, como donación anónima (Abril de 2020).

⁴¹ Montevideo Portal, "Canastas con cigarrillos entregadas a reclusos no fueron armadas por el Mides", 10 de abril de 2020, disponible en <https://www.montevideo.com.uy/Noticias/Canastas-con-cigarrillos-entregadas-a-reclusos-no-fueron-armadas-por-el-Mides-uc749636>

⁴² Campaign for Tobacco Free Kids, "Tobacco Control Policies: Uruguay", disponible en https://www.tobaccocontrol.org/legislation/factsheet/policy_status/uruguay

⁴³ La República, "Uruguay avanza en medidas sobre el control del tabaco", 21 de diciembre de 2019, disponible en <https://www.republica.com.uy/uruguay-avanza-en-medidas-sobre-el-control-del-tabaco-id743867/>

- Desde noviembre de 2009, los cigarrillos electrónicos están prohibidos, de conformidad con el Decreto No. 534 de ese año. Actualizado por el Decreto No. 299 de 2017, desde entonces está prohibida “la comercialización, importación, registro como marca o patente y publicidad, de cualquier dispositivo electrónico para fumar, conocidos ‘cigarrillo electrónico’, ‘e-cigarettes’, ‘e-ciggy’, ‘e-cigar’, entre otros, incluidos aquellos que se ofrezcan como alternativa en el tratamiento del tabaquismo.” Asimismo, se hacen extensivas a este tipo de productos de tabaco, todas aquellas prohibiciones comprendidas en la Ley No. 18.256 de 6 de marzo de 2008.⁴⁴

Foto de Cigarrillo creado por freepik



⁴⁴. “Modificación del Art. 1° del Decreto 534/009, relativo a la comercialización, importación, registro como marco o patente y publicidad de cualquier dispositivo electrónico para fumar”, Uruguay, 24 de octubre de 2017 (publicación), disponible en <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/299-2017/1>

b. REACCIÓN DE LOS GOBIERNOS NACIONALES

La COVID-19, en asociación con el tabaquismo, ha generado reacciones de todos los gobiernos nacionales, incluyendo un llamado para dejar de fumar, que entre otros constituyen pasos importantes, en línea con el llamado de la Dra. Adriana Blanco, Jefa de la Secretaría del CMCT “El control del tabaco durante la pandemia COVID-19: cómo podemos apoyar”.

“Durante esta pandemia, deseo recordar a todas las Partes que nunca ha habido un momento más apropiado para apoyar a sus ciudadanos en sus esfuerzos por abandonar el consumo de tabaco. También debemos proteger, en la medida de lo posible, los avances que hemos logrado en la lucha contra el tabaco, incluso en tiempos difíciles como estos”.⁴⁵

1. Argentina

Hay un documento firmado por el Programa Nacional de Control de Tabaco del Ministerio de Salud de la Nación, que reconoce al tabaquismo como “un factor de riesgo de todas las enfermedades que han sido asociadas con mayor riesgo de evolución tórpida por COVID-19”.⁴⁶

⁴⁵. Blanco Marquizo, Adriana. “El control del tabaco durante la pandemia de COVID-19: cómo podemos ayudar” (Declaración de la Jefa de la Secretaría del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco), 4 de mayo de 2020, Disponible en <https://www.who.int/fctc/secretariat/head/statements/2020/tobacco-control-during-covid-19-pandemic/es/>

⁴⁶. Programa Nacional de Control del Tabaco, COVID-19, Buenos Aires, 24 de marzo de 2020, disponible en http://www.msal.gov.ar/images/stories/bes/graficos/0000001846cnt-covid-19_recomendaciones-pnct.pdf

2. Brasil

Hay varias intervenciones y alertas de instancias gubernamentales que relacionan al tabaquismo con el COVID-19:

1. El Instituto Nacional de Cáncer (INCA) lanzó una alerta para advertir que el tabaquismo aumenta el riesgo de complicaciones de decenas de enfermedades, especialmente cardiovasculares isquémicas, infarto agudo al miocardio, derrames cerebrales, enfermedades respiratorias y diversos tipos de cáncer.⁴⁷ También lanzó un artículo de opinión publicado en la Revista Brasileña de Cancerología sobre cómo la política nacional de control de tabaco puede ayudar a enfrentar la pandemia por COVID-19.⁴⁸ Además, presentó una nota sobre el estudio francés que planteó la hipótesis que la nicotina podría tener un efecto protector al COVID-19.⁴⁹ Esto por mencionar los más importantes.

2. El Ministerio de Salud ha divulgado contenidos sobre la relación del tabaquismo con COVID-19, con advertencias puntuales sobre los cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado.⁵⁰ El ministro, en sesiones extraordinarias de la Comisión General de Diputados reconoció al tabaquismo como factor de riesgo⁵¹ además que ha acompañado los mensajes en sus redes sociales (imagen 53).

3. La Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA) lanzó una alerta de riesgo por compartir narguiles, orientación que es válida para todos los productos de humo.

4. El Congreso Nacional brasileño realizó una reunión técnica para debatir el impacto del tabaquismo y la tuberculosis en Covid-19, sus agravantes, complicaciones, tratamientos con la participación del Ministerio de Salud, ACT Promoção da Saúde y representantes de categorías médicas.⁵²



Imagen 53: Campaña del Ministerio de Salud en Brasil en Instagram (abril 2020).

⁴⁷. Instituto Nacional de Cáncer (INCA), Alerta do Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes Da Silva (INCA) à população sobre tabagismo e coronavirus, Brasil, 2020. Disponible en <https://www.inca.gov.br/sites/ufu.sti.inca.local/files//media/document//inca-alerta-ri-sco-tabagismo-coronavirus.pdf>

3. Colombia

En el país también ha reaccionado el gobierno nacional. El 22 de abril, el Ministerio de Salud y Protección Social, basándose en distintos posicionamientos de la OMS y la Asociación Colombiana de Neumología y Cirugía de Tórax, liberó un comunicado para promover la cesación del consumo de tabaco, el desestimulo del uso de cigarrillos electrónicos y mantener y proteger todos los ambientes 100% libres de humo de tabaco. El 22 de mayo, el mismo Ministerio reconoció al consumo de tabaco como un factor de riesgo asociado al COVID-19. Desde su página, reiteró su llamado para desalentar el consumo de cigarrillos electrónicos y vapeadores.⁵⁴

El Instituto Nacional de Cancerología desmintió el estudio francés sobre el presunto efecto protector de la nicotina divulgado por la agencia France Press (AFP). Además, dirigió una carta a cada uno de los medios que publicaron la nota del estudio.⁵⁵

⁴⁸. TM Calvacante, F Lacerda Mendes, C de Abreu Perez, AO Ribeiro de Carvalho, AP Leal Teixeira y JR Rodrigues Viegas, Como a Política Nacional de Controle do Tabaco Pode Ajudar no Enfrentamento da Pandemia da Covid-19?, en Revista Brasileira de Cancerologia 2020; 66(TemaAtual):e-1023. Disponible en <https://rbc.inca.gov.br/revista/index.php/revista/article/view/1023/622>. Para una revisión crítica del estudio francés, véase Stopping Tobacco Organizations & Products, Overview of Controversial French Studies on Link Between Smoking and COVID-19, 27 de abril de 2020, disponible en <https://exposetobacco.org/resources/review-two-french-studies/>

⁴⁹. Instituto Nacional de Cáncer (INCA), Nota do INCA sobre estudo francês que levantou a hipótese de que a nicotina poderia ter papel protetor na COVID-19, abril de 2020, disponible en https://www.inca.gov.br/sites/ufu.sti.inca.local/files//media/document/nota-inca_sobre_estudo_efeito_protetor-nicotina-covid-19_versao_final_0.pdf

⁵⁰. Inovação na Gestão, "Dia Mundial sem Tabaco (2020)", 27 de mayo de 2020, disponible en <https://apsredes.org/sem-tabaco-2020/>

⁵¹. Câmara dos Deputados, Sessão Extraordinária – Comissão Geral, 11 de marzo de 2020, disponible en <https://www.camara.leg.br/evento-legislativo/59465>

⁵². Câmara dos Deputados, Comissão externa de engentamento à COVID-19 – Reunião Técnica, 26 de mayo de 2020, disponible en <https://www.camara.leg.br/evento-legislativo/59630>

⁵³. Ministerio de Salud y Protección Social, "Riesgos del tabaquismo ante el covid-19" (boletín de prensa no. 185 del 2020), 22 de abril de 2020. Disponible en <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Riesgos-del-tabaquismo-ante-el-covid-19.aspx>

⁵⁴. Ministerio de Salud y Protección Social, "Continúan campañas para cesar el consumo de tabaco y cigarrillos electrónicos" (boletín de prensa no. 278 de 2020), 22 de mayo de 2020. Disponible en <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Continuan-campanas-para-cesar-el-consumo-de-tabaco-y-cigarrillos-electronicos.aspx>

⁵⁵. MSN, "Instituto Nacional de Cancerología señala que la nicotina no protege de covid-19", 21 de mayo de 2020, disponible en <https://www.msn.com/es-co/noticias/nacional/instituto-nacional-de-cancerolog%C3%ADa-se%C3%B1ala-que-la-nicotina-no-protege-de-covid-19/ar-BB14qecT>

4. Ecuador

El Ministerio de Salud Pública, como ente rector de la salud en el país, advirtió el pasado mayo a través de su página web que el consumo de tabaco, en cualquiera de sus formas, incluyendo al cigarrillo electrónico, puede aumentar el riesgo de causar síntomas graves debido a la enfermedad COVID-19. Esta posición de la máxima autoridad en temas de salud del país fue replicada por los principales medios de comunicación del país, para crear conciencia en la ciudadanía.⁵⁶

Por su parte, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), encargado de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del Sistema Nacional de Seguridad Social, lanzó la siguiente campaña:



Imagen 54: Campaña del IESS (Marzo 2020).⁵⁷

⁵⁶. Ministerio de Salud Pública, "MSP advierte que el consumo de tabaco durante la pandemia traerá consecuencias en la salud", Quito, 8 de mayo de 2020, disponible en <https://www.salud.gov.ec/msp-advierte-que-el-consumo-de-tabaco-durante-la-pandemia-traera-consecuencias-en-la-salud/>

⁵⁷. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (cuenta oficial en Twitter), 30 de marzo de 2020, disponible en <https://twitter.com/IESSEc/status/1244721763189239815>

⁵⁸. Ministerio de Salud Pública, "MSP advierte que el consumo de tabaco durante la pandemia traerá consecuencias en la salud", Quito, 8 de mayo de 2020, disponible en <https://www.salud.gov.ec/msp-advierte-que-el-consumo-de-tabaco-durante-la-pandemia-traera-consecuencias-en-la-salud/>

5. México

El subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Dr. Hugo López-Gatell, ha hecho reiteradas intervenciones en las cuales relaciona al tabaquismo como el cuarto factor de riesgo asociado a la COVID-19. Él es el principal vocero gubernamental sobre la estrategia nacional para combatir el virus SARS-CoV-2.

La Secretaría de Salud, por conducto de la Comisión Nacional contra las Adicciones y de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, con el respaldo científico del Instituto Nacional de Salud Pública, prepararon en febrero de 2020 un posicionamiento sobre cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado.⁵⁸ Semanas después, liberaron un comunicado donde acentuaron el mensaje de que dejar de fumar o vapear es hoy una de las mejores decisiones en la prevención de la pandemia del COVID-19.⁵⁹

La Secretaría de Salud y la Comisión Nacional contra las Adicciones han divulgado distintos mensajes desde los perfiles de Facebook y Twitter de ambas dependencias, para relacionar el tabaquismo con la COVID-19 (ver imágenes 55-60).

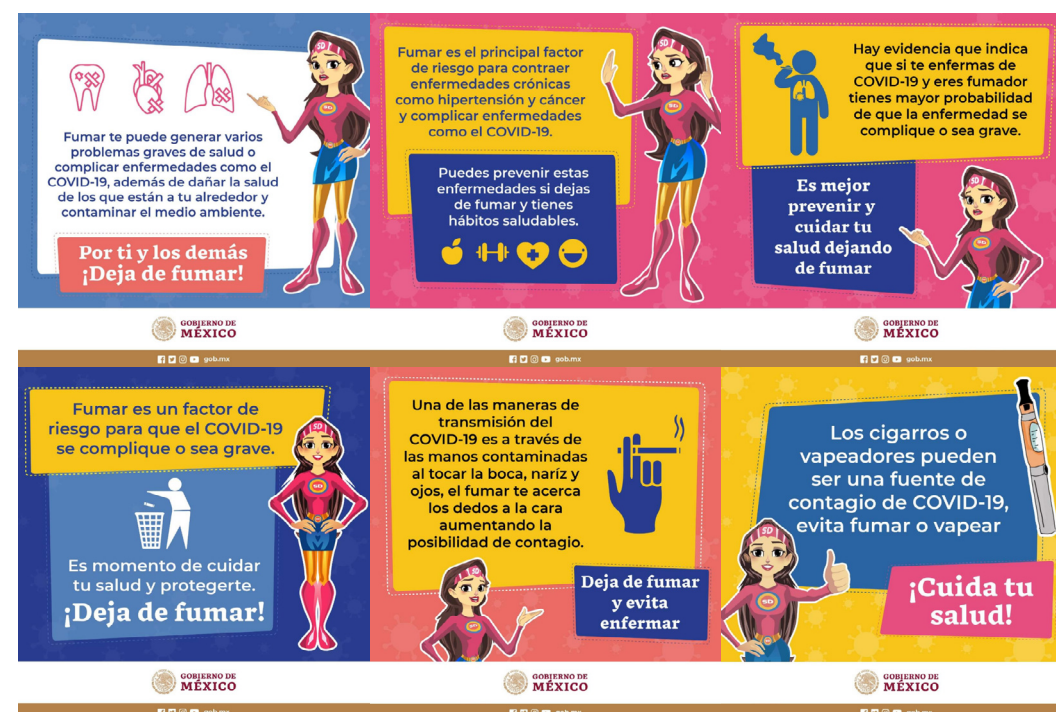


Imagen 55: Imágenes de la campaña en redes sociales de la Secretaría de Salud y la Comisión Nacional contra las Adicciones (mayo de 2020).

⁵⁹. Comisión Nacional contra las Adicciones, "Dejar de fumar o vapear es hoy una de las mejores decisiones en la prevención de la pandemia del COVID 19, 3 de abril de 2020, disponible en <https://www.gob.mx/salud/conadic/prensa/dejar-de-fumar-o-vapear-es-hoy-una-de-las-mejores-decisiones-en-la-prevencion-de-la-pandemia-del-covid-19?idiom=es&status/1244721763189239815>

6. Uruguay

El Ministerio de Salud participó en el conversatorio “Fumar en tiempos de COVID-19”, donde participó el Dr. Daniel Salinas, Ministro de Salud Pública; el Dr. Giovanni Escalante, Representante de la OPS/OMS en Uruguay; la Dra. Adriana Blanco, Jefa del Secretariado del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco; la Dra. Rosa Sandoval, Asesora Regional del Programa Control de Tabaco, Enfermedades No Transmisibles y Salud Mental de la OPS/OMS y el Dr. Miguel Asqueta, Director General de Salud.

El conversatorio fue convocado por el Proyecto Echo, de la Universidad de la República de Uruguay y se realizó el 2 de junio del presente año. Coordinado por la Dra. Elba Esteves, Directora del Programa Nacional de Control de Tabaco, del Ministerio de Salud Pública y la Profesora Dra. Laura Llambí, de la Clínica Médica A, de la Facultad de Medicina de la Universidad de la República, contó con los comentarios de la Dra. Guadalupe Ponciano (Universidad Nacional Autónoma de México), del Dr. Carlos Jiménez-Ruiz, Presidente de la Sociedad Española de Neumología y Cirugía Torácica; SEPAR, y del Dr. Gustavo Zabert, Presidente de la Asociación Latinoamericana de Tórax.⁶⁰



c. CONCLUSIÓN

América Latina es el nuevo epicentro mundial de la pandemia: en un solo día, el sábado 4 de julio de 2020, reportó 212,326 casos positivos.⁶¹ Considerando que ha cobrado la vida de más de 114 mil personas en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, México y Uruguay,⁶² preocupa gravemente el despliegue publicitario de cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado en Argentina, Colombia, Ecuador y México.

Las corporaciones del tabaco están sin control en las redes sociales, sin medidas de protección a la salud de las personas. Se aprovechan de la ansiedad y el estrés del confinamiento, con una estrategia que apunta a nuevos consumidores, pero también apuestan a la transición del cigarrillo convencional a los nuevos productos. De ahí se explican las estrategias comerciales tan agre-

sivas, con precios abatidos en Colombia y México, especialmente.

La respuesta gubernamental parece que no es suficiente para detener las violaciones sistemáticas al Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, inclusive en Brasil, México y Uruguay, cuyos gobiernos han tratado de contrarrestar los embates de la industria tabacalera.

A la crisis económica, la pérdida de empleos, la muerte de cientos de miles de personas y al dolor de sus familias, se suma una guerra sin cuartel contra la salud emprendida por la industria tabacalera, responsable directa de la pandemia del tabaquismo. Hoy más que nunca, ante un escenario donde coexiste la pandemia del tabaquismo con la del COVID-19, urge fortalecer el diseño y la implementación de las políticas contenidas en el CMCT y sus Directrices, en



Foto por Guzman Barquin en Unsplash

⁶⁰ Teleclínica ECHO latinoamericana, “Fumar en tiempos de COVID-19”, 2 de junio de 2020. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=qnpWYIFFI4Y&feature=youtu.be/status/1244721763189239815>

⁶¹ RTVE, “El mapa mundial del coronavirus: más de 11.9 millones de casos y más de 547,000 muertos en todo el mundo”, 8 de julio de 2020, disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20200708/mapa-mundial-del-coronavirus/1998143.shtml>

⁶² En estos 6 países, hasta el 9 de julio de 2020, había 114,150 muertes por COVID-19, de un total de 554,304 muertes en todo el mundo. Véase John Hopkins University & Medicine, COVID-19 Dashboard by the Centre for Systems Science and Engineering (CSSE), (consultado el 9 de julio de 2020, 23:00 horas), disponible en <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

clave con la Agenda 2030 y los pronunciamientos de los organismos internacionales y regionales de derechos humanos alrededor de la evolución progresiva del derecho a la salud y el COVID-19, que entre otras apunten a que:

- Los gobiernos deberían rechazar las donaciones provenientes de las campañas de responsabilidad social de la industria tabacalera (CMCT Art. 5.3; Art. 13). Brasil, Ecuador y México registran casos de campañas que podríamos documentar en un próximo reporte regional.
- Los gobiernos no deberían otorgar ningún paquete de rescate a la industria tabacalera; sus productos no son bienes esenciales (CMCT Art. 5.3).
- Los gobiernos deberían fortalecer la implementación del CMCT Art. 6 y establecer/aumentar los impuestos a la industria tabacalera, que está lucrando fuertemente durante la pandemia del COVID-19 (CMCT Art. 6).
- Los gobiernos deberían desalentar fuertemente el uso de pipas de agua, el uso de sistemas electrónicos de administración de nicotina (cigarros electrónicos) y productos de tabaco calentados, ya que pueden actuar como fómites para diseminar la infección, además del daño que ocasiona su uso (CMCT Art. 7).
- Los gobiernos deberían enfatizar, en tiempos de cuarentenas y medidas de confinamiento, la importancia de mantener todos los ambientes, públicos y privados, 100% libres de humo de tabaco (CMCT Art. 8).
- Los gobiernos deberían fortalecer sus campañas de comunicación, formación y concientización del público sobre los riesgos a la salud que acarrea el consumo de tabaco y la exposición al humo de tabaco, especialmente para desarrollar sintomatología grave por COVID-19 (CMCT Art. 12).
- Los medios de comunicación no deberían dar publicidad a la responsabilidad social de la industria tabacalera, ya que es una forma de promoción (CMCT Art. 13).
- Los gobiernos a través de sus agencias de regulación deberían sancionar con toda rigurosidad y regular donde no exista regulación, todas las formas de publicidad, promoción y patrocinio que se realizan de los productos de tabaco a través de internet, redes sociales, entre otros medios digitales (CMCT Art. 13).
- Los gobiernos deberían utilizar la pandemia COVID-19 para promover el abandono de todas las formas de consumo de tabaco (CMCT Art. 14).
- Los gobiernos deberían explorar acciones de recuperación de costos sanitarios por los pacientes que padecen o contrajeron COVID-19 y se han visto agravados por consumir productos de tabaco (CMCT Art. 19).
- Los gobiernos deberían promover investigaciones nacionales sobre el tabaquismo como factor de riesgo para el contagio y desarrollo de sintomatología grave por COVID-19 (CMCT Art. 20).

Desenmascarar a la industria tabacalera jamás había sido tan importante como ahora. Al considerar la información documentada en este reporte regional, se formulan cuatro peticiones puntuales a los gobiernos:



1. Urge que los gobiernos implementen la prohibición completa de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, incluyendo la exhibición del producto, tanto de los cigarrillos tradicionales como de los nuevos dispositivos, además que abarque todos los medios tecnológicos, inclusive las redes sociales.



2. Las autoridades correspondientes deben generar mecanismos efectivos para la correcta fiscalización del cumplimiento de las normas sobre control de tabaco.



3. Hay que garantizar la observancia de las medidas contenidas en el artículo 5.3, mediante la exposición de las acciones estratégicas de la industria tabacalera, como hace el presente reporte.



4. Se debe dar cumplimiento a las normas establecidas en el Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco y sus Directrices. En el caso particular de Argentina, todas las organizaciones firmantes solicitamos la ratificación del Convenio.



Foto por Nikita Belov en Unsplash



ALIANZA
ANTI **TABACO**

ACT
Promoção da Saúde

ciet Uruguay
+ Salud



POLITH!NK
Nos Mueve tu Causa

fic Argentina
Fundación InterAmericana del Corazón

FESAR
Fundación Ecuatoriana
de Salud Respiratoria

CAMPAÑA
para NIÑOS
LIBRES del
TABACO

La Unión

Unión Internacional Contra
la Tuberculosis y Enfermedades Respiratorias
Soluciones de salud para los pobres

 **corporate
accountability**
JOIN THE GLOBAL CAMPAIGN