



**Guía de
buenas
prácticas
para el**



abordaje periodístico del tabaco en Latinoamérica



***Material dirigido a
profesionales y estudiantes
de periodismo y comunicación***



**Instituto de Efectividad
Clínica y Sanitaria (IECS)**
www.iecs.org.ar/tabaco

Guía de buenas prácticas para el



abordaje periodístico del **tabaco** en Latinoamérica



Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos y las ilustraciones publicadas en esta guía, siempre y cuando no sean alterados, se asignen los créditos correspondientes y no sean utilizados con fines comerciales.

Cómo citar este trabajo:

Román, Valeria (2023). Guía de buenas prácticas para el abordaje periodístico del tabaco en Latinoamérica, Buenos Aires, Argentina. Publicación del Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria (IECS). Disponible en: www.iecs.org.ar/tabaco



IECS
INSTITUTO DE EFECTIVIDAD
CLÍNICA Y SANITARIA



Investigación periodística y autoría **VALERIA ROMÁN**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación y periodista argentina de ciencia, ambiente y salud, con más de 20 años de experiencia en la cobertura de la problemática del tabaco y ganadora del premio Aire Vital, de la Fundación Interamericana del Corazón en 2007.

Idea, dirección y edición
MARIANA COMOLLI

Diseño y diagramación
Vanesa Tapertte

Asesoría técnica
Equipo del Departamento de Evaluación de Tecnologías Sanitarias y Economía de la Salud del IECS

Agradecimientos por lectura y sugerencias:

Margarita Moreno (Fundación Anáas, Colombia); Yahaira Ochoa (Salud Justa, México); Patricia Gutkowski (Tobacco Free Kids) y Matías Loewy.

Financió el desarrollo de esta guía:

International Development Research Center (IDRC) de Canadá. Grant N Grant 109846-004,
"Knowledge translation material to enhance tobacco-control research use in Latin America".

INDICE

6

Por qué esta guía

Introducción

8

10

Estado de situación

*Historia de una adicción
mundial que también llegó a
los medios de comunicación*

14

22

¿Cómo abordar el tema tabaco en medios de comunicación y redes sociales?

Mitos que pueden interferir en las coberturas periodísticas

36

38

¿Cómo impulsar la agenda de control de tabaco?

Claves para informar sobre estudios científicos relacionados con tabaquismo

50

52

Repositorio de información

POR
QUÉ
ESTA
GUÍA

Esta guía, destinada a periodistas, comunicadores/as y estudiantes de las carreras de comunicación y periodismo de Latinoamérica, pretende documentar la magnitud del daño a la salud pública que generan los productos con tabaco e incentivar enfoques para impulsar una cobertura creativa y comprometida en los medios. También aspira a ilustrar sobre las estrategias de distorsión y confusión adoptadas durante décadas por la industria tabacalera. Esas campañas no son cosa del pasado: como los virus y las bacterias, mutan y toman nuevas formas. El modo de limitar su propagación es la formación, pues el conocimiento específico en esta materia funciona como un “anticuerpo” que permite detectar los mensajes o afirmaciones engañosas, inconsistentes y sesgadas que todavía permean las redacciones.

El Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria (IECS) de Argentina, institución académica que desde el año 2002 se dedica a la investigación y educación en salud, comenzó a trabajar en tabaquismo en 2005. Coordinó estudios sobre carga de enfermedad atribuible al tabaquismo, analizó el impacto económico de elevar el precio de los productos del tabaco a través de impuestos, así como el impacto de otras intervenciones (ambientes libres de humo, empaquetado neutro, prohibición de publicidad), en una docena de países de Latinoamérica. Siguiendo su misión institucional, “contribuir a mejorar la salud global, generando y promoviendo la aplicación de la mejor evidencia científica”, el IECS elaboró cientos de documentos sobre tabaquismo (de libre acceso disponibles en www.iecs.org.ar/tabaco) y puso especial énfasis en difundir dichos materiales en diversos públicos.

En el IECS pensamos que los hallazgos en salud deben llegar a la población general y que los/las profesionales de la comunicación son actores sociales clave para ese objetivo. Por eso nos propusimos que las publicaciones científicas, reportes y demás documentos técnicos sobre tabaquismo resulten comprensibles para la comunidad científico-académica, pero también “lleguen” y sean comprendidos por todos los públicos. Para eso, confeccionamos infografías y videos e hicimos campañas de redes sociales y prensa (en la última década tuvimos más de 600 apariciones en medios de comunicación sobre este tema). Además, trabajamos en la elaboración de materiales de difusión que se convirtieron en herramientas claves para que los gobiernos y los sistemas de salud de diversos países contemplaran o decidieran tomar medidas vitales para prevenir la epidemia de tabaquismo. De hecho, el aumento impositivo y otras medidas que fueron discutidas o implementadas en varios países de Latinoamérica se respaldaron explícitamente en recursos que el IECS puso al servicio del control del tabaco.

Como el periodismo cumple un rol crucial en la instalación de temas en la agenda social y en la formación de opinión pública, decidimos ahora avanzar en el desarrollo de la primera guía de buenas prácticas para el abordaje periodístico del tabaco en Latinoamérica.

Consideramos que los/las profesionales que comunican deben disponer de sólida información sobre el consumo de tabaco y los perjuicios que provoca en la salud y la economía, así como también sobre medidas que pueden frenar su impacto sanitario y económico y sobre por qué constituye una amenaza para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) previstos por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Es necesario contar con una capacitación que favorezca la producción de información de calidad y libre de conflicto de intereses.

A lo largo de las siguientes páginas, se cuentan detalles sobre el estado de situación de la epidemia de tabaquismo, los efectos que causan en la salud humana, y sus costos sanitarios y económicos en la actualidad. A continuación, se informa sobre la historia de cómo la industria tabacalera fue promoviendo sus productos con estrategias publicitarias y marketing que incluyeron desinformación, según demostraron diferentes estudios científicos. Se comparten luego recomendaciones, con sus fundamentos, sobre cómo abordar la problemática del tabaco desde el periodismo con diferentes perspectivas. Por último, se aclaran mitos que pueden interferir en el trabajo periodístico y se especifican claves para impulsar y sostener la cobertura sobre cuestiones del tabaco en los medios de comunicación.

Escoger las imágenes adecuadas, las fuentes de información idóneas, los abordajes apropiados y las palabras correctas para hablar o escribir sobre tabaquismo puede marcar la diferencia entre contribuir o no al incremento de la epidemia de tabaco que enfrenta la región. Esperamos que esta guía constituya una herramienta de utilidad para quienes hagan coberturas periodísticas de este tema.

LIC. MARIANA COMOLLI

Periodista, comunicadora social y coordinadora de la Unidad de Diseminación para el Impacto del Conocimiento (UDIC) del IECS.

INTRODUCCIÓN

Antes de que fumar se volviera una pesadilla para la salud pública, los productos del tabaco estuvieron asociados a diferentes percepciones desde fines del siglo XIX. Al principio eran consumidos principalmente por hombres. El consumo femenino aumentó tras la Segunda Guerra Mundial, con la percepción del cigarrillo como un ícono cultural de sofisticación, glamour, atractivo sexual o incluso de “empoderamiento” femenino.

Durante décadas, los efectos del consumo en la salud no eran tenidos en cuenta. Incluso había avisos a todo color que mostraban a distinguidos médicos fumando.

Un análisis de notas periodísticas publicadas en la década de 1930 en los Estados Unidos mostró que dos tercios de ellos no hacían ninguna referencia a sus posibles efectos perjudiciales para la salud¹. En la década de 1940, se sugirió que el tabaquismo podría ser una de las causas del aumento de los casos de cáncer de pulmón en hombres, pero la evidencia no era sólida. Con el tiempo, el panorama se volvió claro e incontestable: **los productos que vende la industria tabacalera generan adicción y eso hace que más personas los sigan consumiendo a largo plazo**². Muchos de sus consumidores fallecen de manera prematura, por lo cual la industria ha ido ampliando sus maniobras para persuadir a otros grupos, como las infancias y las mujeres, y a otras regiones del mundo, como América Latina, a través de estrategias específicas de promoción³.

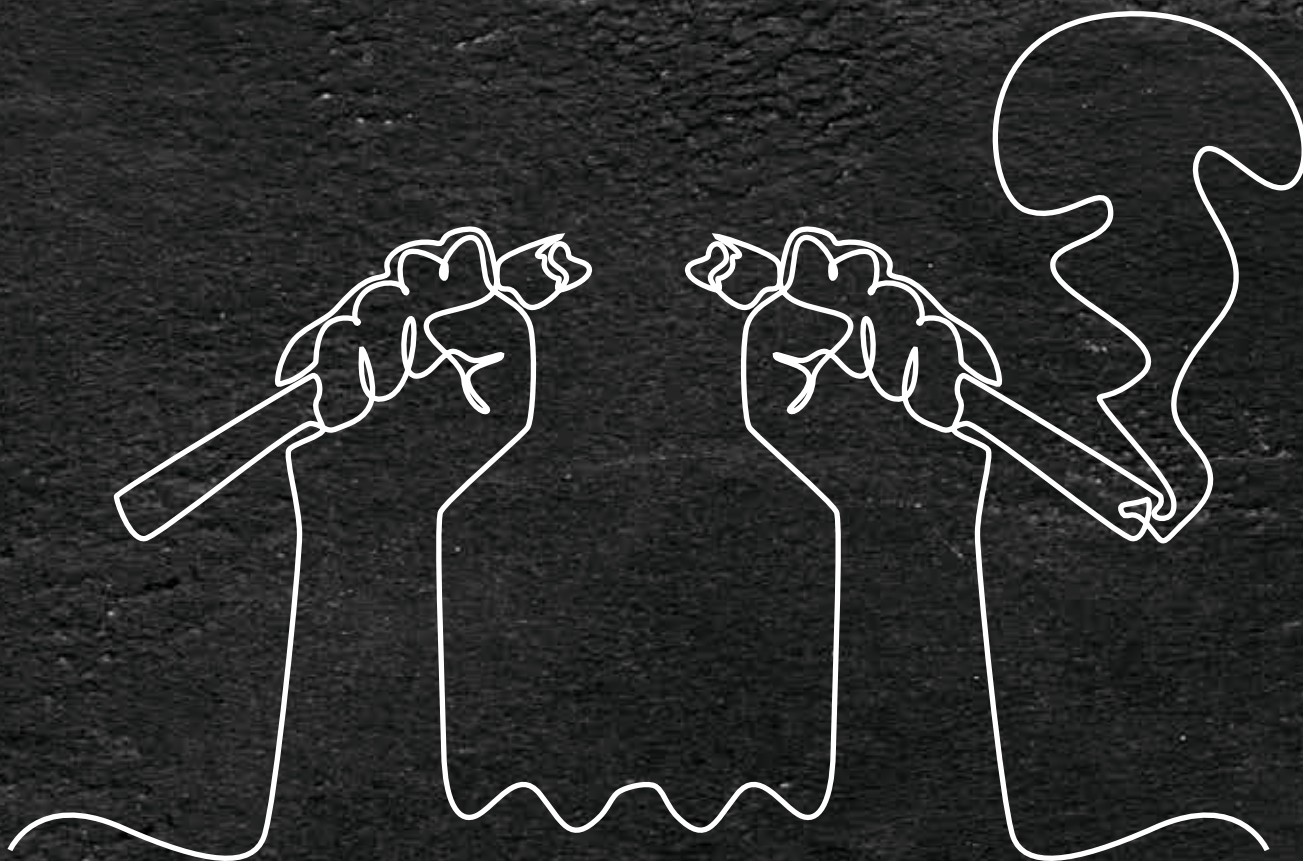
Además, para defender sus ventas, las tabacaleras han discutido o sembrado dudas sobre los efectos perjudiciales de fumar o de la exposición pasiva al humo, y para eso orquestaron acciones contra los “embates” de la ciencia a través de los medios de comunicación, incluyendo el lanzamiento de productos que son promovidos como alternativas “más saludables”, como los cigarrillos electrónicos o los productos del tabaco calentado en la actualidad.

¹Gary T. Ford, Debra J. Ringold, and Martha Rogers (1990), “Cigarettes in the Popular Press, 1930-1960: Preliminary Research”, in NA - Advances in Consumer Research Volume 17, eds. Marvin E. Goldberg, Gerald Gorn, and Richard W. Pollay, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 467-473.

²Proctor RN. The history of the discovery of the cigarette-lung cancer link: evidentiary traditions, corporate denial, global toll. Tob Control. 2012;21(2):87-91.

³Amos A. Women and smoking. Br Med Bull. 1996;52(1):74-89.





ESTADO DE SITUACIÓN

¿QUÉ SE SABE SOBRE LOS EFECTOS NOCIVOS DE LOS PRODUCTOS CON TABACO?

El tabaquismo es una de las principales causas de muerte prevenible a nivel mundial y uno de los principales factores de riesgo de discapacidad. Sin embargo, este problema de salud pública no está instalado en la agenda pública ni en la periodística: las coberturas suelen acotarse principalmente a la publicación de notas los días 31 de mayo, que es la fecha en la que se conmemora el Día Mundial Sin tabaco.

*Según un estudio liderado por el Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria (IECS) que fue publicado en mayo de 2023 en la revista científica **Tobacco Control** ⁴, en Latinoamérica el 12.4% por ciento de las muertes anuales en personas mayores de 35 años son atribuibles al tabaco. Se registran 351.000 muertes cada año.*

El trabajo se realizó en ocho países que concentran el 80 por ciento de la población latinoamericana (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México y Perú). Se estimó que, en esos ocho países, el tabaquismo es responsable de 2,2 millones de eventos anuales de enfermedades cardiovasculares, enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC), cáncer, ataques cerebrovasculares (ACV) y neumonía.

⁴ Pichon-Riviere, Andrés, et al. Health, economic and social burden of tobacco in Latin America and the expected gains of fully implementing taxes, plain packaging, advertising bans and smoke-free environments control measures: a modelling study. *Tobacco Control*, 2023.

EFEKTOS

El consumo de los diferentes productos del tabaco tiene efectos directos en el organismo de la persona que los usa y efectos indirectos en otras personas, de acuerdo con pruebas sólidas de diferentes investigaciones científicas realizadas desde la década de 1940.

EFEKTOS DIRECTOS

Fumar puede dañar casi cualquier parte del cuerpo. Cuando la persona inhala, la sangre que se distribuye al resto del cuerpo se contamina con las sustancias químicas del humo del tabaco. Estas sustancias químicas pueden dañar el corazón y los vasos sanguíneos y así aumentar el riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares, como enfermedad de las arterias coronarias, infartos, ataques cerebrovasculares, aneurismas y enfermedad arterial periférica. Los fumadores pueden desarrollar degeneración macular asociada a la edad hasta 5,5 años antes que los no fumadores⁵. También el consumo de tabaco aumenta el riesgo de enfermedad pulmonar obstructiva crónica, diabetes tipo 2, y cáncer en casi cualquier parte del cuerpo, como sangre (leucemias), vejiga, cuello uterino, pulmón, colorrectal, esófago, riñón, hígado, mama, próstata y laringe, entre otros trastornos.

EFEKTOS INDIRECTOS

El humo del tabaco tiene también efectos en la salud de personas que no consumen el producto durante el momento en que se exhala y hasta años después.

Humo de segunda mano:

Es el humo que proviene de un cigarrillo o cigarro encendido, o de alguien exhalando humo que impacta en una persona cercana. También se lo conoce como “humo pasivo” o “fumador pasivo”. Contiene sustancias químicas, incluyendo hidrocarburos aromáticos policíclicos (HAPs) y aumenta el riesgo de cáncer de pulmón en los no fumadores.

Humo de tercera mano:

los productos del tabaco dejan residuos químicos en las superficies del lugar donde se ha consumido que pueden persistir mucho tiempo después de que haya desaparecido el humo. Se lo considera un contaminante de los ambientes interiores. Puede adherirse a la mayoría de las superficies, como la ropa, los muebles, las cortinas, la ropa de cama y las alfombras y no desaparece al ventilar. Los compuestos del humo de tercera mano pueden aumentar el riesgo de desarrollar cáncer cuando son incorporados por la inhalación de aire contaminado, ingestión de partículas de polvo, o absorbidos a través de la piel. Incluso en los hogares en los que ya no se perciben los olores del tabaco, los contaminantes pueden permanecer por más de 10 años⁶.

⁵ Causes of blindness and vision impairment in 2020 and trends over 30 years, and prevalence of avoidable blindness in relation to VISION 2020: the Right to Sight: an analysis for the Global Burden of Disease Study. Lancet Glob Health. 2021;9(2):e144-e160.

⁶ Tang X, Benowitz N, Gundel L, et al. Thirdhand Exposures to Tobacco-Specific Nitrosamines through Inhalation, Dust Ingestion, Dermal Uptake, and Epidermal Chemistry. Environmental Science & Technology. 2022;56(17):12506-12516.

MAPA DEL TABAQUISMO EN LATINOAMÉRICA

MUERTES Y ENFERMEDADES



351.000

MUERTES CADA AÑO (*)



2.200.000

PERSONAS ENFERMAN CADA AÑO (*)



14% DE TODAS LAS MUERTES DE LA REGIÓN SON ATRIBUIBLES AL TABACO (*)



ENFERMEDADES MÁS FRECUENTES:
EPOC, ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES, CÁNCER (DE PULMÓN Y OTROS), ACV Y NEUMONÍA.

MÉXICO

■ 63.157 (*)
■ 429.066 (*)
■ 9,7 % (*)

COSTA RICA

■ 2.174 (*)
■ 16.855 (*)
■ 9 % (*)

PERÚ

■ 22.374 (*)
■ 126.754 (*)
■ 22 % (*)

CHILE

■ 19.128 (*)
■ 120.736 (*)
■ 16 % (*)

COLOMBIA

■ 30.341 (*)
■ 164.782 (*)
■ 13 % (*)

BRASIL

■ 161.853 (*)
■ 1.112.785 (*)
■ 13 % (*)

ECUADOR

■ 6.807 (*)
■ 50.926 (*)
■ 10 % (*)

ARGENTINA

■ 44.758 (*)
■ 226.490 (*)
■ 14 % (*)



¿QUÉ SE SABE SOBRE OTROS ASPECTOS DEL TABACO?

Fumar tiene también un costo económico muy poco explorado periodísticamente. En Latinoamérica, tratar las enfermedades relacionadas al tabaquismo implica que se gasten 49.804 millones de dólares estadounidenses en costos médicos directos cada año. Las pérdidas económicas representan el 1,4% del producto interno bruto de los países latinoamericanos ⁷.



⁷ Pichon-Riviere, Andrés, et al. Health, economic and social burden of tobacco in Latin America and the expected gains of fully implementing taxes, plain packaging, advertising bans and smoke-free environments control measures: a modelling study. Tobacco Control, 2023.

TABACO:

Historia de
una adicción
mundial
que también
llegó a los
medios de
comunicación



1. EL INICIO

El consumo de los productos del tabaco es altamente adictivo.

Eso hace que las personas se inicien en el consumo de tabaco y luego desarrollen una adicción que les resulta sumamente difícil de controlar, aun cuando tienen acceso a tratamientos basados en pruebas que son fáciles de adoptar¹. Inicialmente, los adultos varones eran los más frecuentes usuarios. Pero como muchos de los consumidores son afectados por enfermedades y mueren, la industria tabacalera fue desarrollando diferentes estrategias de marketing y publicidad para captar la atención de diversos grupos, desde las mujeres hasta los adolescentes, las niñas y los niños, a lo largo del siglo XX y aún continúa, según lo han demostrado diversos estudios científicos.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), “la adicción al tabaco es una enfermedad transmisible: se transmite a través de la publicidad, los deportes, el marketing y el patrocinio”.

Se estima que hace más de 8.000 años se empezó a cultivar la planta de tabaco en América. Más adelante, las comunidades indígenas comenzaron a fumar, y después del viaje a América en 1492, Cristóbal Colón y su tripulación regresaron con las primeras hojas y semillas de tabaco que eran desconocidas en Europa en ese momento. En el siglo XVI, el tabaco se introdujo en Oriente, China, y África.

En el siglo XIX, se produjeron diferentes acontecimientos que posibilitaron el cultivo comercial del tabaco y condujeron a la conformación de la industria tabacalera, con empresas transnacionales.

Según cuenta el historiador de la ciencia de la Universidad de Harvard, Alan Brandt, uno es el caso de Philip Morris, un importador de cigarrillos finos que abrió su tienda en Londres, Inglaterra, para vender cigarrillos turcos confeccionados a mano en 1847. Cerca de ese lugar, en 1880, Richard Benson y William Hedges abrieron una tabaquería. Un año después, en los Estados Unidos

rra y Sousa Cruz en Brasil. En 1913, la empresa RJ Reynolds lanzó la marca Camel y dio nacimiento al cigarrillo moderno. En 1925, la empresa Philip Morris (que ya había pasado a ser una sociedad anónima) promovió el primer cigarrillo que fue elaborado especialmente para persuadir a las mujeres como consumidoras.

2. HALLAZGOS SOBRE EL DAÑO DEL TABACO Y LAS ESTRATEGIAS PARA OCULTARLOS

La relación causal entre el tabaquismo y la enfermedad, incluido el cáncer de pulmón, ya era sospechada por los médicos y por la industria tabacalera en la década de 1930. Para la década de 1950 había evidencias sólidas de esa relación. Uno de los estudios científicos que impactó con respecto a la percepción de los consumidores sobre los cigarrillos se dio a conocer en 1950. Se trataba de un estudio de casos y controles que evaluó la relación entre diversos factores externos y el desarrollo del carcinoma broncogénico³. Concluyó que el consumo de tabaco a largo plazo contribuía a la aparición del cáncer de pulmón, ya que una abrumadora mayoría (96,5%) de los hombres que padecían la enfermedad eran fumadores moderados o “pesados” (como se llama a los consumidores de una alta cantidad de cigarrillos diaria) durante un largo período de tiempo, en comparación con un porcentaje inferior del grupo de control

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), “la adicción al tabaco es una enfermedad transmisible: se transmite a través de la publicidad, los deportes, el marketing y el patrocinio”.²

se patentó la primera máquina rentable para fabricar cigarrillos, una innovación que redujo los costos de producción y contribuyó al crecimiento explosivo del consumo de los cigarrillos, en una época en que el cáncer de pulmón era una enfermedad muy poco frecuente.

A principios del siglo XX, se fundaron diferentes empresas dedicadas a la producción de tabaco en el mundo, como Imperial Tobacco Limited y British American Tobacco (BAT) en Inglate-

de la población hospitalaria general.

A medida que los hallazgos científicos sobre los daños se fueron acumulando, la industria tabacalera salió a ocultar y a distorsionar esas conclusiones para disuadir al público a través de diferentes estrategias, que han sido identificadas a través del análisis de documentos internos de las empresas. Una estrategia fue apelar a través de la publicidad y el marketing al deseo de libertad de las personas y a oponerse a los consejos de salud

La industria tabacalera generó programas específicos para manipular la ciencia relacionada con los daños causados por los cigarrillos.

como una manera de resistir al paternalismo de la salud pública.

Otro momento histórico se produjo en 1964. Fue cuando el Cirujano General de los Estados Unidos, Luther Terry, difundió un reporte de expertos que afirmaban que **el tabaquismo sí era un factor causal definitivo del cáncer de pulmón en los hombres y una causa probable en las mujeres**⁴. Las estadísticas indicaron que el público tomó nota de esta advertencia sanitaria: el tabaquismo disminuyó un 5% varios meses después del informe.

Como la sociedad empezaba a sentirse advertida sobre el consumo nocivo de los cigarrillos y eso significaba una amenaza para sus ventas, la industria tabacalera desarrolló también una estrategia utilizando el concepto de “reducción de daños”. Introdujo términos engañosos en los nuevos productos que lanzaba al mercado. Así aparecieron los cigarrillos “light”, “ultralight” y “bajo en alquitrán” que sugerían que se trataba de productos que producían menos daño que el cigarrillo convencional.

En los años siguientes, el Congreso estadounidense aprobó una norma por la cual se introdujeron advertencias sanitarias en las cajas de cigarrillos e impidieron la emisión de anuncios. Además, en 1983 se duplicó el impuesto federal sobre los cigarrillos, que actualmente la Organización Mundial de la Salud (OMS) señala como la medida más eficaz para reducir la epidemia de tabaco.

Con el transcurso del tiempo se fueron conociendo más resultados de investigaciones científicas realizadas en diferentes países que vinculan al consumo de tabaco con otros tipos de cánceres, la enfermedad pulmonar obstructiva crónica, infartos, neumonías, entre otros trastornos. La industria tabacalera siguió llevando a cabo más tácticas específicas para persuadir a las nuevas generaciones para que se convirtieran en consumidores de sus productos.

3. FOCO EN LAS MUJERES

Ya en la década de 1920 la industria tabacalera apuntó a captar la atención de las mujeres para que sean sus clientas. Los cigarrillos tenían una envoltura impermeable en el filtro para evitar que se corriese el labial. Las campañas de marketing y publicidad usaron temas como la belleza, la moda, la libertad y la sofisticación, casi siempre con sesgos sexistas. Más adelante, en 1968, se lanzó la primera marca específica para las mujeres, Virginia Slims, y su eslogan se popularizó: “Has recorrido un largo camino, muchacha”⁶. Ese slogan resonó con fuerza en los valores de las mujeres jóvenes durante la década de 1970 y se utilizó para múltiples campañas publicitarias. Tras un análisis histórico, un reporte de la organización Tobacco Free Kids y colaboradores⁷ consideró que la industria tabacalera “se adueñó

clínicamente de los temas y objetivos del movimiento de liberación femenina de esa época”. Con el transcurso de las décadas, el consumo fue creciendo en ese sector de la población: en algunos países las tasas de tabaquismo entre las adolescentes son comparables o superiores a las de los que las de los hombres jóvenes.

Un memo interno de la industria de 1982 ya vislumbraba que ese aumento del tabaquismo podría ocurrir: “Es probable que en mujeres aumente el porcentaje de fumadoras sobre el total. Las mujeres están adoptando papeles más dominantes en la sociedad: tienen mayor poder adquisitivo, viven más que los hombres. Y como mostraba un informe oficial parece que las campañas antitabaco les influyen menos que a sus homólogos masculinos”⁸.

4. EL USO DE LA DESINFORMACIÓN PARA INTERFERIR EN LA REGULACIÓN DEL TABACO

El marketing de la industria ha incluido la publicidad, el patrocinio, el uso de la colocación y la notoriedad de los productos en los comercios, el envasado y muchos otros medios de promoción de sus marcas. También la industria tabacalera suele fijar y mantener precios suficientemente bajos para al menos algunos de sus productos. De esta manera, se garantiza que los fumadores de menores recursos puedan pasarse a productos más baratos en lugar de no comprarlos y abandonar el consumo.

En el año 2007, el 22,7% de los adultos en el mundo fumaban. Gracias a diferentes acciones de control del tabaco, se logró reducir el consumo al 19,6% en el año 2019. En el mundo, se estima que hay 1.300 millones de consumidores de tabaco. La industria tabacalera se fue globalizando y concentrando en unas pocas empresas fabricantes y comercializadoras. En 2008, el 81% del volumen mundial de cigarrillos lo vendían cinco compañías: China National Tobacco Corporation (CNTC), de propiedad estatal, Altria/Philip Morris, British American Tobacco (BAT), Japan Tobacco International e Imperial Tobacco. Todas esas empresas ampliaron su cuota del mercado mundial desde 2000, cuando tenían el 68% del mercado.

Para conquistar la aceptación de los consumidores, la industria tabacalera generó programas específicos para manipular la ciencia relacionada con los daños causados por los cigarrillos⁹.

Como afirmó Allan Brandt, investigador del Departamento de Historia de la Ciencia, de la Universidad de Harvard, en los Estados Unidos, **la industria se enfocó agresivamente en el nuevo ámbito de “la producción de conocimientos científicos, no con fines de investigación y desarrollo sino, más bien, para deshacer lo que ya se sabía: que fumar cigarrillos causaba enfermedades letales”¹⁰**. Si históricamente la ciencia se había dedicado a generar nuevos conocimientos, la campaña de la industria buscó desarrollar estrategias específicas para deshacer los resultados de esas investigaciones rigurosas que demostraban los daños reales de los productos con tabaco. De esta manera, la industria tabacalera difundía desinformación, es decir, información falsa de manera intencional.

Con esa campaña se erosionó la salud pública y se interfirió con la posibilidad de que los Estados pudieran intervenir para regular sobre el tabaco durante varias décadas. También sirvió para promover la noción de que fumar es un riesgo “individual” que se asume como responsabilidad del fumador. Las empresas insistieron en que cualquier riesgo asociado a su producto era responsabilidad del fumador individual. Este tipo de argumentos ha sido usado para debilitar las iniciativas de establecer normas internacionales, nacionales o locales que regulen a los productos del tabaco. Esas normas se intentaron establecer como parte de las estrategias de las medidas de salud pública que resguardan el derecho humano a la salud, especialmente durante las últimas cinco décadas, cuando se fue determinando el impacto del humo del tabaco sobre los no fumadores.

Para interferir o bloquear la aplicación de normas y programas eficaces en el control del tabaco, la industria tabacalera -que incluye desde los productores hasta los distribuidores- ha realizado alianzas con entidades socialmente más aceptables, como los sectores de hotelería, juego y

5. LA ALIANZA DE LAS TABACALERAS CON HOLLYWOOD

Una estrategia que usa la industria tabacalera para captar nuevos fumadores es asociar sus productos con la diversión, la excitación, el sexo, la riqueza y el poder, y como un modo de expresar rebeldía e independencia. Una de las formas que ha encontrado para promover estas asociaciones ha sido fomentar el tabaquismo en las producciones de entretenimiento ¹¹, pese a negar sistemáticamente su participación activa en ese ámbito.

La industria del cine en Hollywood, en los Estados Unidos, ha mantenido una larga y profunda relación con la industria tabacalera, según lo demostró el análisis de documentos internos de las empresas. Como parte de esa asociación, se han mostrado productos del tabaco en películas y en televisión. Figuras públicas, como actores, actrices y cantantes, han aparecido fumando. Hubo revistas orientadas al entretenimiento que contenían avisos de los productos y campañas publicitarias con el “glamour” de Hollywood. También la industria tabacalera realizó el patrocinio de eventos orientados al entretenimiento.

La alianza entre la industria tabacalera y Hollywood salió a la luz a través de la revisión de más de 1.500 documentos de los sitios web de Philip Morris, RJ Reynolds (RJR), Brown and Williamson/American Tobacco, the Lorillard Company y the Tobacco Institute, y la colección digital de documentos de la industria tabacalera de la Universidad de California. Los documentos internos corporativos que

La industria tabacalera difundía desinformación, es decir, información falsa de manera intencional.

apuestas, publicidad, empaquetado, transporte, producción química, cultivadores de tabaco y sindicatos, entre otros. El patrocinio de eventos deportivos y culturales por parte de la industria tabacalera se ha defendido como una cuestión esencial, aunque no lo es. Esa maniobra les permite desplazar de la agenda pública a los temas de la salud de la población, la administración de los suelos y la seguridad alimentaria.

se usaron en esa revisión se conocieron tras los litigios entre los Estados Unidos y las siete principales organizaciones de la industria y otras fuentes durante la década de 1990¹². Los Estados y territorios consiguieron una victoria que hizo que las empresas tabacaleras les pagaran miles de millones de dólares en plazos anuales. También millones de documentos internos quedaron disponibles para el público general. Esto se logró a través del llamado “Acuerdo

de conciliación maestro del tabaco", que se firmó el 23 de noviembre de 1998. El dinero que tuvieron que pagar las tabacaleras fue una compensación por los costos de la atención a las personas con enfermedades relacionadas con el tabaco y por la pérdida para las economías locales. El acuerdo también exigió la creación de una organización independiente dedicada a la prevención del consumo de tabaco entre los jóvenes e incluía fondos para fundarla (hoy se llama Truth Initiative).

Entre los documentos internos, se encontró prueba de que la industria tabacalera reconoció el valor de mostrar el uso del tabaco en las películas como una forma de mantener su aceptación social y apuntalar la posición política de la industria. Un borrador de un discurso preparado por Hamish Maxwell, presidente de Phillip Morris International, destacaba las dificultades políticas que estaba experimentando la industria en todo el mundo a medida que los países aumentaban los impuestos sobre los cigarrillos y restringían la publicidad. En su opinión, fumar en el cine era una forma de contrarrestar estas tendencias: "Recientemente, los grupos antitabaco también han tenido algunos éxitos iniciales en la erosión de la aceptabilidad social del tabaquismo. Fumar se está posicionando como una costumbre pasada de moda, además de poco saludable. Debemos utilizar todos los medios creativos a nuestro alcance para invertir esta tendencia destructiva. Me anima el creciente número de ocasiones en que voy al cine y veo un paquete de cigarrillos en manos del protagonista. Esto contrasta con la situación de hace unos años, cuando los cigarrillos apenas aparecían en el cine. Debemos seguir aprovechando las nuevas oportunidades para llevar los cigarrillos a la pantalla y a las manos de los fumadores"¹³.

6. LA DECONSTRUCCIÓN DE LOS ARGUMENTOS DE LA INDUSTRIA TABACALERA

Estudios científicos independientes fueron demostrando los efectos nocivos del consumo de tabaco y la exposición al humo de segunda y tercera mano en la salud humana. Como esos hallazgos han desalentado el consumo y aumentado las acciones para controlar al tabaco como una amenaza a la salud pública, la industria tabacalera fue desarrollando tácticas y argumentos para frenar la regulación. También fueron surgiendo iniciativas des-

Según la OPS, las empresas tabacaleras son "el vector de las defunciones causadas por el tabaco"

de las universidades, instituciones científicas y organizaciones de la sociedad civil para investigar y desenmascarar las estrategias de la industria tabacalera.

Uno de los estudios más sólidos fue realizado por investigadores convocados por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en América. Se tuvo en cuenta que las empresas tabacaleras son "el vector de las defunciones causadas por el tabaco. Y su conducta es uno de los factores que más inciden en el número de personas que fuman, y en cuánto fuman"¹⁴.

Esa investigación demostró de qué manera la industria tabacalera y sus agentes elaboraron las estrategias y realizaron actividades dirigidas a incidir en las decisiones políticas a fin verse favorecidos en detrimento de los intereses de la salud pública en América Latina y el Caribe.

Según ese documento, "en varios documentos se describe cómo la industria desarrolló programas de comercialización para incitar a los jóvenes a fumar; continuó con su campaña para desacreditar las pruebas científicas sobre los riesgos de la exposición pasiva al humo del tabaco; y, lo que es más importante aún, recurrió a prácticas comerciales que han llevado a las empresas a ser susceptibles de responsabilidades penales por su participación directa en el contrabando de cigarrillos en muchos países, y en especial los de América Latina". A través del análisis de documentos, se encontró que las estrategias de la industria tabacalera para la región forman parte de tácticas concebidas para todo el mundo con los objetivos de promocionar sus productos mortíferos, aumentar sus beneficios e impedir la adopción de medidas de regulación de las prácticas o los productos de la industria.

También se descubrió, en base al trabajo mencionado de la OPS, que las dos principales empresas tabacaleras que tienen presencia en la región, British American Tobacco (BAT) y Philip Morris International (PMI), luchan entre sí para lograr una mayor cuota de mercado pero también cooperan para ejercer presiones sobre los gobiernos con respecto a las políticas tributarias, la fijación de precios y las cuestiones legislativas al tiempo que obstaculizan contra la intervención del Estado en los asuntos de las empresas.

Además, hay pruebas que demuestran que las empresas colaboraron para engañar a los medios de comunicación y, en última instancia, a la opinión pública, sobre los verdaderos riesgos de fumar y la exposición pasiva al humo del tabaco y sobre las estrategias eficaces para reducir el consumo del tabaco¹⁵.

Según una investigación publicada por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), una investigación publicada por la OPS, una de las acciones de la industria ta-

bacalera fue el “Programa de Consultoría sobre el Humo ambiental del tabaco para América Latina (Proyecto Latino). Fue puesto en marcha en 1991 y aprovechó un vacío existente en las actividades de salud pública contra la exposición al humo ajeno. Se proponía una infiltración premeditada de la comunidad científica y de los medios de comunicación para evitar la adopción en el futuro de medidas que pudieran resultar eficaces. Para lograrlo, la industria contrató a profesionales médicos que eran referentes locales y se ocupó de que no se supiera que recibían honorarios. A través de ellos, se presionó para impedir legislación basada en las pruebas sobre los efectos nocivos del consumo y el humo del tabaco que ya estaban disponibles a principios de los años noventa.

También para restarle importancia a los riesgos de la exposición al humo del tabaco, los consultores del Proyecto Latino se enfocaron en que había muchos contaminantes en el aire, tanto en los entornos abiertos como en el de los locales cerrados, y que la proporción del humo de tabaco era realmente muy baja.

Tras décadas de investigaciones rigurosas, **en el año 2003 se firmó por primera vez un acuerdo mundial de salud pública, que se conoce como Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT), donde se especifican medidas para que los países se enfoquen en prevención, regulen los productos del tabaco y eviten la interferencia de la industria tabacalera.** Los países que firman y ratifican el acuerdo están obligados a aumentar los impuestos sobre los productos de tabaco. También deben establecer protección contra la exposición al humo de tabaco ajeno en todos los lugares de trabajo interiores, lugares públicos cerrados y transporte público, y disponer de la prohibición total de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco, entre otras medidas.

Sin embargo, aún las empresas tabacaleras continúan ejerciendo diferentes tipos de interferencias. Por ejemplo, suelen oponerse al aumento de los impuestos sobre el tabaco (que es una de las formas más eficaces y económicas para reducir el consumo¹⁶), luchan contra las políticas antitabaco para los lugares públicos e incluso han hecho campaña contra las leyes destinadas a proteger a los jóvenes de la publicidad.

De acuerdo con el Índice Mundial de Interferencia de la Industria Tabacalera en 2020, hay pruebas de que las empresas tabacaleras ejercían presión para que se acepten sus nuevos productos adictivos, que han intentado retrasar o revocar la legislación de control del tabaco o interferir en la sanción de normas fiscales.

7. “NUEVOS PRODUCTOS”: DICEN QUE REDUCEN LOS “DAÑOS”, PERO SON UN MODO DE ATRAER AL PÚBLICO JOVEN Y DISUADIR A YA FUMADORES

El mercado de la industria tabacalera empezó a reducirse en la década de 2000 debido tanto a la mayor concientización sobre los efectos perjudiciales de los productos convencionales del tabaco como a la creciente regulación a través de medidas gubernamentales en los países. Para asegurar su futuro a largo plazo, **las empresas pasaron a invertir, desarrollar y comercializar varios productos de nicotina y**

tabaco que los presentan como más “novedosos”, como los cigarrillos electrónicos (también conocidos como sistemas de suministro electrónico o ENDS, por sus siglas en inglés), los productos de tabaco calentado (HTP, por sus siglas en inglés), el snus y las bolsitas de nicotina¹⁷.

Algunos cigarrillos electrónicos han sido fabricados para parecerse a cigarrillos, cigarros o pipas regulares, según los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de los Estados Unidos¹⁸. Otros parecen bolígrafos, memorias USB u otros artículos de uso cotidiano. Los dispositivos más grandes, como los sistemas de tanque o “mods”, no se parecen a otros productos de tabaco. Generalmente, se le llama vapear al uso de cigarrillos electrónicos.

Estudios recientes sugieren que el lenguaje que usa la industria tabacalera, relacionado con la diversidad de cigarrillos electrónicos sigue “fomentando la confusión” entre los consumidores e influye en las creencias tanto de los consumidores de tabaco como del público sobre los daños relacionados con el tabaco¹⁹. **Se considera que es muy probable que la persistencia de ese lenguaje engañoso sea parte de la estrategia a largo plazo de la industria para que el consumo vuelva a ser aceptable socialmente²⁰.** En cambio, las estrategias de desnormalización del consumo (como el aumento de impuestos o la creación de ambientes libres de tabaco) suponen una amenaza para la industria, ya que reducen el número de personas que se inician en el tabaquismo y aumentan la intención de dejar de fumar en las que ya consumen.

En 2019, tras una evaluación exhaustiva, el Informe de la

Según la OPS,
“las empresas
tabacaleras son el vector
de las defunciones
causadas por
el tabaco”.

OMS sobre la Epidemia Mundial de Tabaquismo determinó que los cigarrillos electrónicos son un grupo diverso de productos que contienen una amplia variedad de dosis de nicotina, sabores y emisiones, pero que no son inocuos y deben regularse porque presentan riesgos para consumidores y no consumidores²¹. No existe evidencia suficiente para cuantificar este riesgo y se desconocen los efectos a largo plazo de la exposición a las emisiones tóxicas de los cigarrillos electrónicos²¹.

La investigación sobre los diferentes cigarrillos electrónicos sigue. Uno de los últimos estudios, publicado en 2023 y realizado por investigadores de la Escuela de Medicina de la Universidad del Sur de California, en los Estados Unidos, apuntala la idea de que los cigarrillos electrónicos sí tienen consecuencias negativas para la salud a largo plazo²². Encontraron que los vapeadores y los fumadores tienen niveles similares de

daño en el ADN, más del doble que los no fumadores.

En la actualidad, las empresas tabacaleras enfatizan en que los productos que venden son “nuevos” y que forman parte de la reducción de daños. Sin embargo, según advirtieron los investigadores en salud pública Howard K. Koh, de la Universidad de Harvard, y Michael Fiore, de la Universidad de Wisconsin, en los Estados Unidos, “las empresas afirman que su objetivo de reducción de daños es ayudar a los fumadores adultos que no pueden o no quieren dejar el tabaco de combustión a pasarse a los cigarrillos electrónicos. Lo que no dicen es que, dado que las ventas mundiales de cigarrillos han caído cada año en la última década, la industria necesita nuevos clientes. Enganchar a una nueva generación de jóvenes a la nicotina a través del vapeo podría ser la solución. Así pues, la ‘reducción de daños’ ofrece una oportunidad única de reinversión y beneficio”²³.

Citas del capítulo 1

¹ Su Z, McDonnell D, Cheshmehzangi A, Ahmad J, Šegalo S, da Veiga CP. A call to ban the sale of tobacco products. *Front Public Health*. 2022;10:904971.

² European Union directive banning tobacco advertising overturned: WHO Urged concerted response. Press release. Geneva: World Health Organization, 2000. Disponible en

<http://www.who.int/inf-pr-2000/en/pr2000-64.html>

³ Wynder EL, Graham EA. Tobacco smoking as a possible etiologic factor in bronchiogenic carcinoma; a study of 684 proved cases. *J Am Med Assoc*. 1950;143(4):329-336.

⁴ United States. Department of Health, Education, and Welfare, Public Health Service. Smoking and Health: Report of the Advisory Committee to the Surgeon General of the Public Health Service.- Washington, DC: The Department, 1964

⁵ Fitzpatrick I, Dance S, Silver K, Violini M, Hird TR. Tobacco industry messaging around harm: Narrative framing in PMI and BAT press releases and annual reports 2011 to 2021. *Front Public Health*. 2022;10:958354.

⁶ Toll BA, Ling PM The Virginia Slims identity crisis: an inside look at tobacco industry marketing to women *Tobacco Control* 2005;14:172-180.

⁷ Tobacco Free Kids. (2021). Report: A Lifetime of Damage: How Big Tobacco's Predatory Marketing Harms the Health of Women and Girls. Disponible en línea: https://www.tobaccofreekids.org/press-releases/2021_05_25_womensreport

⁸ Ernster V, Kaufman N, Nichter M, Samet J, Yoon SY. Women and tobacco: moving from policy to action. *Bull World Health Organ*. 2000;78(7):891-901.

⁹ Brandt AM. Inventing conflicts of interest: a history of tobacco industry tactics. *Am J Public Health*. 2012;102(1):63-71.

¹⁰ Brandt AM. Inventing conflicts of interest: a history of tobacco industry tactics. *Am J Public Health*. 2012;102(1):63-71.

¹¹ Chapman S, Davis R. Tobacco use in films: is it a problem? *Tobacco Control* 1997;6:269-71.

¹² Mekemson C, Glantz SA. How the tobacco industry built its relationship with Hollywood. *Tob Control*. 2002;11 Suppl 1(Suppl 1):I81-91.

¹³ Maxwell H. Draft of speech for Hamish Maxwell Maxwell, marketing meeting, 000624. Phillip Morris; 24 June 1983, 1983 www.pmdocs.com Bates No. 2021285680-5697 Disponible en: <http://www.pmdocs.com/getimg.asp?pgno=0&start=0&tf=avpidx&bool=2021285680&docid=2021285680/5697&docnum=1&summary=0&sel=1>.

¹⁴ La Rentabilidad a Costa de la Gente: Actividades de la industria tabacalera para comercializar cigarrillos en América Latina y el Caribe y minar la salud pública. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud, 2019.- Disponible en: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/2815>

¹⁵ Kennedy GE, Bero LA. Print media coverage of research on passive smoking. *Tob Control*. 1999;8(3):254-260.

¹⁶ WHO report on the global tobacco epidemic 2015: Raising taxes on tobacco. Geneva: World Health Organization, 2015.

¹⁷ Fitzpatrick I, Dance S, Silver K, Violini M, Hird TR. Tobacco industry messaging around harm: Narrative framing in PMI and BAT press releases and annual reports 2011 to 2021. *Front Public Health*. 2022 Oct 18;10:958354. doi: 10.3389/fpubh.2022.958354. PMID: 36330126; PMCID: PMC9623273.

¹⁸ Centers for Disease Control and Prevention. Acerca de los cigarrillos electrónicos. Atlanta, GA: United States. Centers for Disease Control and Prevention, 2022.- Disponible en: https://www.cdc.gov/tobacco/basic_information/e-cigarettes/spanish/acerca-de-los-cigarrillos-electronicos.html

¹⁹ Fitzpatrick I, Dance S, Silver K, Violini M, Hird TR. Tobacco industry messaging around harm: Narrative framing in PMI and BAT press releases and annual reports 2011 to 2021. *Front Public Health*. 2022 Oct 18;10:958354. doi: 10.3389/fpubh.2022.958354. PMID: 36330126; PMCID: PMC9623273.

²⁰ Para profundizar en la ampliación de términos que nombran a los productos con nicotina después del año 2000, se sugiere ver este video con las recomendaciones de Joanna Cohen, directora del Instituto para el Control Global del Tabaco: <https://www.youtube.com/watch?v=afd-ciaybU&t=375>

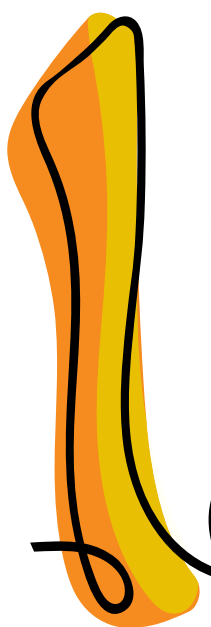
²¹ WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2019. Ginebra: Organización Mundial de la Salud; 2019. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

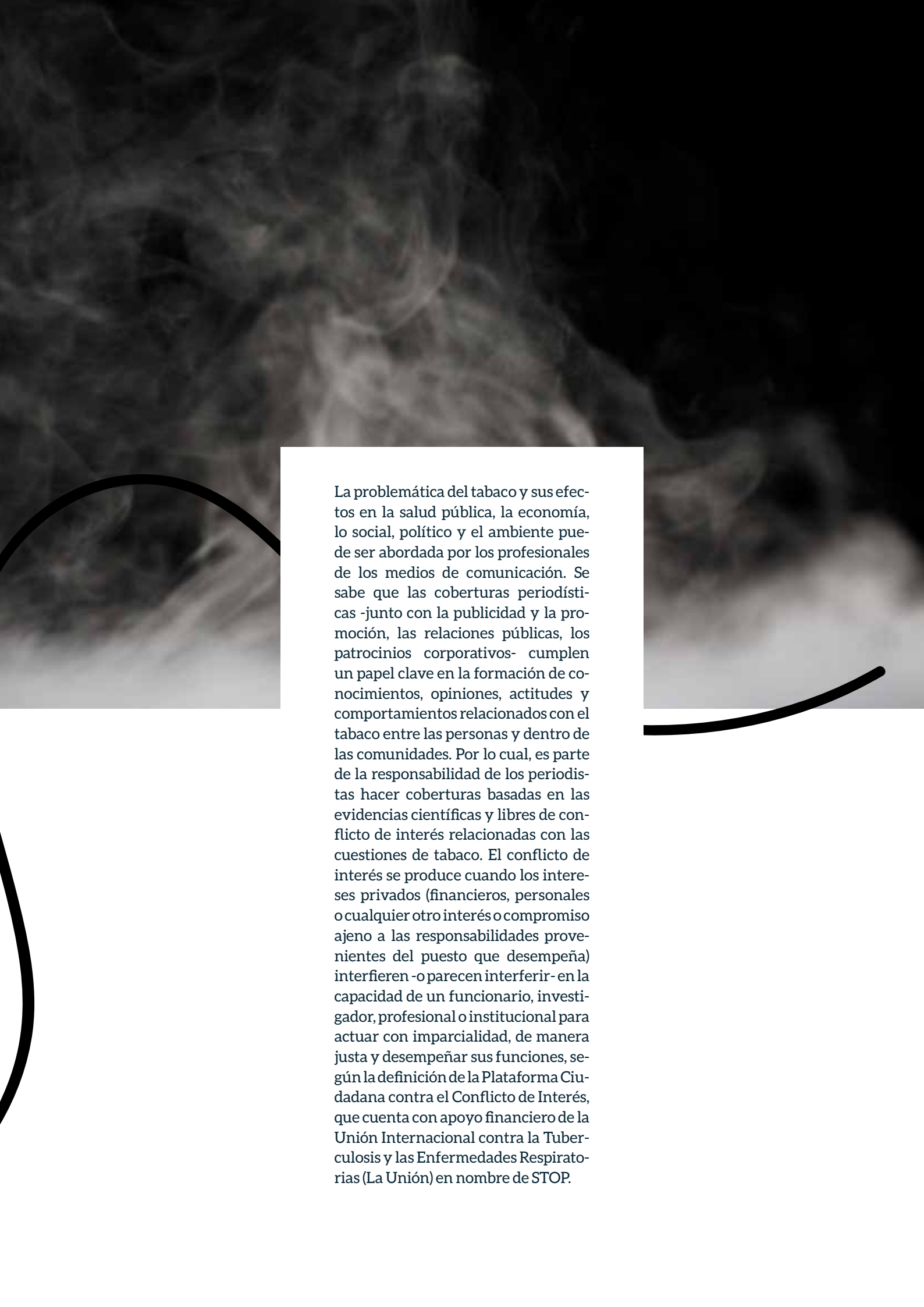
²² Tommasi S, Blumenfeld H, Besaratinia A. Vaping Dose, Device Type, and E-Liquid Flavor are Determinants of DNA Damage in Electronic Cigarette Users. *Nicotine Tob Res*. 2023.

²³ Koh, Howard K. y Fiore, M. (2023). Tobacco companies pledge ‘harm reduction’ but are doing the opposite. Estados Unidos: Stat News. Disponible en línea: <https://www.statnews.com/2023/02/21/tobacco-companies-pledge-harm-reduction-but-doing-the-opposite/>

CÓMO ABORDAR EL TEMA TABACO

EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Y REDES SOCIALES





La problemática del tabaco y sus efectos en la salud pública, la economía, lo social, político y el ambiente puede ser abordada por los profesionales de los medios de comunicación. Se sabe que las coberturas periodísticas -junto con la publicidad y la promoción, las relaciones públicas, los patrocinios corporativos- cumplen un papel clave en la formación de conocimientos, opiniones, actitudes y comportamientos relacionados con el tabaco entre las personas y dentro de las comunidades. Por lo cual, es parte de la responsabilidad de los periodistas hacer coberturas basadas en las evidencias científicas y libres de conflicto de interés relacionadas con las cuestiones de tabaco. El conflicto de interés se produce cuando los intereses privados (financieros, personales o cualquier otro interés o compromiso ajeno a las responsabilidades provenientes del puesto que desempeña) interfieren -o parecen interferir- en la capacidad de un funcionario, investigador, profesional o institucional para actuar con imparcialidad, de manera justa y desempeñar sus funciones, según la definición de la Plataforma Ciudadana contra el Conflicto de Interés, que cuenta con apoyo financiero de la Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Respiratorias (La Unión) en nombre de STOP.



ALERTA: LA INDUSTRIA TABACALERA INTERFIERE EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO

SE RECOMIENDA PRESTAR ATENCIÓN A PUBLICIDADES DIRECTAS, PATROCINIOS DE CONTENIDOS Y CUALQUIER TIPO DE COMUNICACIÓN CON EL PERIODISMO

Periodistas y medios de comunicación deberían evitar el apoyo directo o indirecto de la industria tabacalera a través de viajes, patrocinios y otro tipo de actividades. Esta recomendación se debe a que el apoyo financiero (a través del auspicio u otras formas) de la industria al ejercicio del periodismo interfiere en la adhe-

rencia a los altos estándares de ética y calidad para realizar las coberturas informativas.

A través de documentos internos, hay pruebas que demuestran que la industria tabacalera contrató a una red de periodistas en los Estados Unidos para generar artículos que apoyaran la posición de la industria en contra de la regulación del consumo

de tabaco en espacios públicos cerrados durante la década de 1990. “Por desgracia, lo que denunciamos aquí es que **incluso los periodistas pueden ser víctimas de esfuerzos de relaciones públicas bien orquestados y presentados, independientemente de su validez científica**”, escribieron los autores de uno de los estudios sobre estrategias de la industria¹.

Un caso de interferencia de la industria salió a la luz a partir de un estudio que descubrió que dos empresas tabacaleras gastaron juntas 11,72 millones de dólares entre enero de 2020 y agosto de 2021 en publicidad corporativa concentrada en periódicos como el Boston Globe, The Denver

Post, The Washington Post, Politico y The Wall Street Journal en los Estados Unidos². El contenido fue patrocinado por la industria tabacalera, pero se asemeja mucho al contenido editorial legítimo y aparece claramente diseñado para aprovechar la influencia y credibilidad de las principa-

les organizaciones de noticias y ocultar a los lectores que se trata de anuncios pagados.

Ver nota aquí:

<https://www.nytimes.com/paidpost/philip-morris-international/embracing-science-for-better-if-not-now-when.html>



¹Muggli ME, Hurt RD, Becker LB. Turning free speech into corporate speech: Philip Morris' efforts to influence U.S. and European journalists regarding the U.S. EPA report on secondhand smoke. Preventive Medicine. 2004;39(3):568-580.

²Robin K, Nicole D, Barbara S. Tobacco industry advertising: efforts to shift public perception of big tobacco with paid media in the USA. Tobacco Control. 2022: tobaccocontrol-2021-057189. tobacco with paid media in the USA. Tobacco Control. 2022:tobaccocontrol-2021-057189.

LA INDUSTRIA TABACALERA USA LAS REDES SOCIALES PARA ESQUIVAR NORMAS Y ALCANZAR A LA NIÑEZ Y A LA ADOLESCENCIA

COMO ESTÁ PROHIBIDA LA PUBLICIDAD DE MARCAS DE PRODUCTOS CON TABACO, EL “TRABAJO” ES HECHO POR INFLUENCERS



El desarrollo de las redes sociales, como Facebook y Twitter, entre otras, implicó cambios en las rutinas de trabajo del periodismo. Se cubren noticias a partir de anuncios o acciones que ocurren en las redes sociales. **Si bien Facebook, Instagram, Twitter y YouTube tienen políticas que prohíben la publicidad de los productos del tabaco, las empresas realizan promociones que consiguen eludir las restricciones a través de las páginas de marcas en las redes sociales o con el uso de personas influyentes como “embajadores” de las marcas.** Desde el periodismo se puede cubrir y denunciar ese tipo de uso de las redes sociales por el cual las empresas tabacaleras buscan

alcanzar a niñas, niños y adolescentes. Se ha descubierto que las empresas tabacaleras pagan a personas influyentes de las redes sociales para promocionar de forma encubierta productos del tabaco. Utilizan, por ejemplo, hashtags sutiles de campañas de publicidad. Desde el periodismo, también se puede adoptar una mirada crítica y evitar difundir fotos, videos o posteos de las personas influyentes en las que aparezcan consumiendo tabaco en sus diferentes formas. Porque las figuras públicas suelen hacer anuncios o comentarios que pueden ser de interés noticioso, pero a la vez pueden encubrir que reciben el pago por publicidad para promover el consumo de productos de la industria tabacalera¹.

Una investigación realizada por la Campaña para Niños Libres de Tabaco (Tobacco Free Kids) de los Estados Unidos reveló cómo las principales empresas tabacaleras transnacionales han utilizado a influencers -especialmente jóvenes- para atraer millones de visitas a campañas de promoción de sus marcas de cigarrillos².

¹ Silver NA, Bertrand A, Kucherlapaty P, Schillo BA. Examining influencer compliance with advertising regulations in branded vaping content on Instagram. Front Public Health. 2022;10:1001115.

² Campaign for Tobacco Free Kids, Where there's smoke, s.l.:s.n.,2021. Disponible en: <https://www.takeapart.org/wheretheressmoke/#introduction>

DESDE LA EPIDEMIOLOGÍA A LOS IMPUESTOS: QUÉ ABARCA LA COBERTURA PERIODÍSTICA SOBRE EL TABACO

HACER UNA PRODUCCIÓN SOBRE
TABAQUISMO IMPLICA CONTEMPLAR
SU ABORDAJE DESDE
MUY DISTINTAS PERSPECTIVAS



Informar sobre la problemática del tabaco requiere una **comprensión previa de muchos aspectos**, desde cuestiones epidemiológicas -como la prevalencia o la incidencia del tabaquismo- hasta impuestos, cuestiones de género o impactos ambientales.

El consumo de tabaco es aún un importante problema de salud pública a nivel mundial. El humo es también una amenaza contra el derecho humano a la salud de las personas que no consumen tabaco. Desde el periodismo, se puede trabajar en la protec-

ción del derecho humano a la información de las personas para conocer y mantenerse actualizadas sobre la problemática del tabaco, los **resultados de estudios científicos y los nuevos productos**, entre otras novedades. Este trabajo implica dedicarse a comprender las novedades, comunicarlas de una manera clara, precisa y amena, y **evitar mensajes cargados de miedo** que promuevan actitudes que terminen generando apatía o la sensación que dejar de fumar es imposible. Por esto, **es crucial también difundir soluciones** relacionadas con

cada aspecto de la problemática.

Por ejemplo, los profesionales de los medios de comunicación pueden hacer producciones periodísticas sobre el estado de situación de los tratamientos con evidencia de eficacia y seguridad para la cesación tabáquica. También pueden indagar en cuáles son las normativas vigentes internacionales y nacionales y qué estrategias comunitarias se están desarrollando para desalentar el uso de productos de tabaco o para evitar el inicio del consumo en niñas, niños y adolescentes.



DESDE EL CIGARRILLO ELECTRÓNICO AL TABACO CALENTADO: CÓMO EVITAR LA VALIDACIÓN POSITIVA DE PRODUCTOS INSEGUROS

EL PERIODISMO PUEDE INVESTIGAR

Los productos novedosos de nicotina y tabaco, como los cigarrillos electrónicos (sistemas electrónicos de administración de nicotina), los sistemas electrónicos sin nicotina, y los productos de tabaco calentados (PTC), están cada vez más ampliamente disponibles y son cada vez más accesibles, lo que representa una amenaza para el control del tabaco, según advirtió la OPS en 2022¹. Desde el periodismo se debería evitar que la cobertura brinde validación positiva a esos lanzamientos comerciales. Porque la evidencia científica es consistente en que **no existe un producto de tabaco seguro para la salud**. Además, al promover el consumo se refuerza la naturaleza adictiva de la nicotina y la potencialidad de que niñas, niños y

adolescentes se inicien en la adicción a través del uso de estos dispositivos de atractivo diseño y aromas. Ante la posibilidad de que los productos sean consumidos por la comunidad cercana, se recomienda consultar con asociaciones médicas relacionadas con medicina respiratoria y tabacología y autoridades sanitarias para averiguar cuáles son las evidencias científicas sobre los riesgos para la salud de las personas. También se sugiere investigar si hay normas que regulan esos productos ya que en algunos países su venta está prohibida.



¹ Informe sobre el control del tabaco en la Región de las Américas 2022. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud, 2023. Disponible en: <https://doi.org/10.37774/9789275325896>.

Nota

La tercera vía, la opción científica para enfrentar al tabaquismo

por Diego Vintres

La reducción de daños no es una ciencia nueva, es la respuesta que durante años se ha dado a diversos problemas de la salud y que busca poner al paciente en el centro de la cuestión.



En este artículo de opinión se da voz a un profesional que defiende el vapeo para dejar de fumar en el marco de una estrategia de "control de daños", cuando se trata de un enfoque muy controvertido y cuando hay pruebas que revelan que estos productos son perjudiciales para la salud y no son seguros. Además, se incluye una imagen sobre el uso de ese tipo de productos de vapeo que no tiene connotación negativa.

VER NOTA AQUÍ



¿A QUIÉN SE LE DA VOZ? LA TRAMPA DEL “FALSO BALANCE” EN EL PERIODISMO

SEGUIR LA REGLA DE LAS “DOS CAMPANAS” PUEDE DAR
LUGAR A LA DESINFORMACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN





En el campo del periodismo es común buscar y mencionar fuentes de información que tengan opiniones en posiciones contrarias. Sin embargo, a la hora de cubrir novedades sobre el control del tabaco (que pueden estar relacionadas con cuestiones que van desde los efectos de los productos para la salud hasta la producción y la comercialización) se debería tener especial cuidado en no caer en la trampa de las “dos campanas”, al incluir las posiciones de la industria tabacalera o grupos relacionados. La industria se suele presentar como una fuente de información y contacta al periodismo por gacetillas, invitaciones u otras acciones. Pero su objetivo busca aumentar sus ganancias y se contrapone a los derechos humanos a la salud humana y a un ambiente sano. Los productos de tabaco son los artículos más contaminantes del planeta: contienen más de 7000 productos químicos tóxicos que se filtran en el ambiente cuando se desechan. Aproximadamente 4,5 mil millones de filtros de cigarrillos contaminan nuestros océanos, ríos, aceras de las ciudades, parques, suelo y playas cada año, declaró el doctor Ruediger Krech, director de Promoción de la Salud de la OMS. Por lo cual, **si se incluyen opiniones de la industria tabacalera, se puede estar difundiendo información o argumentos falsos o engañosos y dar lugar así a un “falso balance”**.

En esta nota se mencionan como fuente a “médicos franceses” cuestionando a las autoridades sanitarias. Sin embargo, no se identifica a las fuentes ni en qué evidencia científica se basan para hacer la supuesta crítica a las recomendaciones sanitarias sobre los productos electrónicos con tabaco.

Salud

Médicos insisten en los beneficios del cigarrillo electrónico para reducir el tabaquismo

EL INDEPENDIENTE



[VER NOTA AQUI](#)

CUÁL ES EL RIESGO DE HACER TITULARES CON PREGUNTAS ENGAÑOSAS

ALGUNAS PREGUNTAS PUEDEN CONFUNDIR A LAS AUDIENCIAS Y MINIMIZAR LOS RIESGOS DEL TABACO

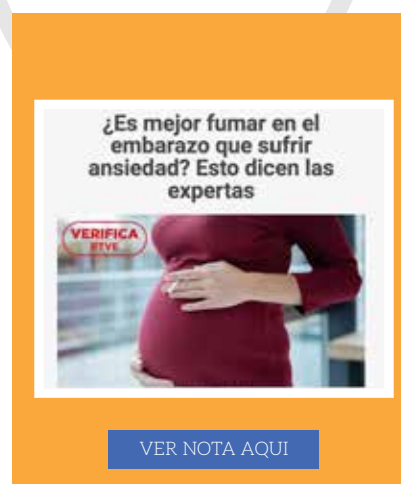


Cada producción periodística suele tener un título y un enfoque durante su desarrollo. Se debería evaluar si corresponde o no usar preguntas en los títulos. Esta consideración se justifica en tanto una pregunta puede incitar a generar una percepción positiva del tabaco aun cuando el desarrollo posterior de la producción vaya en sentido contrario. Esto significa que **las preguntas en los títulos pueden atraer a mucha audiencia, pero también favorecer la creencia de que los productos**

del tabaco tienen algunos beneficios. No se debería olvidar que el tabaco es perjudicial en todas sus modalidades de consumo y no existe un nivel seguro de exposición al tabaco.

En este ejemplo se plantea la pregunta "¿Es mejor fumar en el embarazo que sufrir ansiedad? Esto dicen las expertas".

Si bien el texto se detallan los perjuicios de fumar durante el embarazo, el título implica cierta complacencia a favor de los productos del tabaco.





VOCES AUTORIZADAS: LA IMPORTANCIA DE INCLUIR FUENTES VINCULADAS A LA ACADEMIA Y LA INCIDENCIA

HAY FUENTES VALIOSAS EN UNIVERSIDADES, INSTITUTOS Y ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

En la cobertura periodística, es recomendable organizar una agenda de contactos con instituciones -como universidades y centros de investigación- que trabajen en investigaciones relacionadas con el control del tabaco y organizaciones que realicen abogacía/incidencia en defensa de los derechos humanos a la información y a la

salud para prevenir o reducir el consumo de productos del tabaco. Hay evidencia de que la industria tabacalera emplea técnicas para defender su negocio en su interacción con los medios de comunicación, incluyendo su influencia en el encuadre de las noticias para generar una cobertura favorable. De esta manera, **si se hacen coberturas muy poco crí-**

ticas se contribuye a la normalización de una actividad comercial que daña la salud pública¹.



¹ McDaniel PA, Lown EA, Malone RE. US Media Coverage of Tobacco Industry Corporate Social Responsibility Initiatives. J Community Health. 2018;43(1):117-127.

COVID-19: EL DISCURSO DE LA “FILANTROPÍA SANITARIA” DE LAS TABACALERAS ENMASCARÓ ESTRATEGIAS DE MARKETING

SE TRATA DE UNA NARRATIVA QUE SE IMPULSÓ NOTORIAMENTE DURANTE LOS AÑOS 2020 Y 2021.





British American Tobacco anuncia que su potencial vacuna para la COVID-19 está lista para ser probada en humanos

By Reuters Staff

2 MIN READ



Durante la pandemia por la enfermedad COVID-19, todas las regiones del mundo pasaron a ser “zonas catastróficas” y las donaciones de dinero y equipos de las empresas tabacaleras estuvieron prosperando en detrimento de la salud pública. Esas donaciones fueron difundidas como acciones de responsabilidad social corporativa de la industria tabacalera. Sin embargo, aunque las “donaciones” y otros tipos de ayuda suenan como algo positivo, solo son acciones de las empresas que muchas veces buscan obtener algo a cambio de los organismos públicos o las organizaciones civiles a las cuales supuestamente benefician. Uno de sus objetivos es tener acceso a funcionarios y autoridades y es una manera de ejercer interferencia en la regulación del tabaco.

El Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT), en su artículo 5.3, impide que la industria se inmiscuya e influya en la política de control del tabaco en los países¹. **La industria encontró en las acciones que llama de “responsabilidad social” un hueco para poner un pie en la puerta de los responsables políticos².**

En este cable de noticias se difunde con un encuadre positivo que una empresa tabacalera estaba desarrollando una vacuna contra la enfermedad COVID-19. De esta manera, el artículo contribuye a que la empresa se posicione como un agente que ayuda a la salud pública cuando -en realidad- vende productos que generan enfermedades y muertes.

[VER NOTA AQUI](#)



¹ El texto completo del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la OMS puede leerse aquí: <https://fctc.who.int/es/publications/i/item/9241591013>

² Más datos en: <https://exposetobacco.org/news/ban-ti-csr/>

UNA IMAGEN VALE MÁS QUE 1.000 PALABRAS: CUÁLES CONVIENE INCLUIR EN LAS COBERTURAS

LAS FOTOS CON PERSONAS CON GLAMOUR O EN AUTOS FORMAN PARTE DE UN ENCUADRE QUE FAVORECE EL CONSUMO DE TABACO

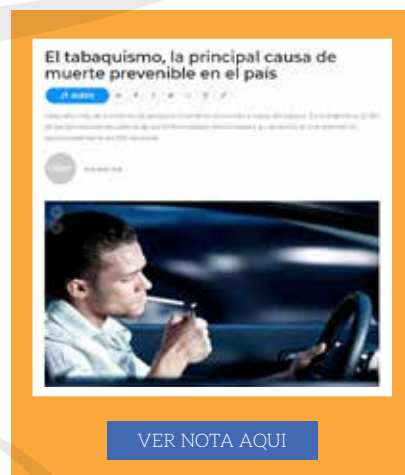
Las teorías de la psicología social y de la salud, respaldadas por estudios empíricos, han demostrado que el impacto positivo del uso de fotografías e imágenes supera al de los mensajes de texto en la comunicación sanitaria. Desde la década de 1950, muchos estudios de investigación evidencian que los mensajes que muestran las consecuencias de fumar productos con tabaco pueden ser eficaces para motivar el cambio de comportamiento, como dejar de fumar, especialmente si van acompañados de información sobre dónde se puede encontrar ayuda para dejar su consumo.

Durante las coberturas periodísticas, generalmente se incluyen ilustraciones, fotos y videos, motivo por el cual **los profesionales deben prestar especial atención a qué tipo de mensaje transmiten las imágenes que se eligen y difunden.**

Se sugiere evitar la inclusión de imágenes que contribuyan a construir sentidos positivos y/o neutros sobre el acto de fumar. También se deberían evitar imágenes que favorezcan los estereotipos del fumar como un acto

de liberación o emancipación, vitalidad, belleza, atractivo sexual, refinamiento o glamour, entre otros, porque dan un encuadre positivo al consumo de productos del tabaco.

En este artículo publicado por una agencia de noticias para el Día Mundial Sin Tabaco se informa sobre los efectos nocivos del tabaquismo y promueve el abandono del consumo de los productos. Sin embargo, la imagen de un hombre en su auto remite a reforzar los atributos del tabaco asociado con masculinidad, poderío e independencia.





LA INDUSTRIA TABACALERA USA A LA “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA” COMO FACHADA

ES UNA ESTRATEGIA DE LAS EMPRESAS PARA LAVAR SU IMAGEN NEGATIVA POR VENDER UN PRODUCTO MORTAL

En periodismo se suelen recibir gacetillas o comunicados de prensa e invitaciones a eventos en la misma ciudad de residencia o en otros países sobre acciones que la industria tabacalera presenta como de “responsabilidad social”.

Antes de decidir la cobertura y el enfoque, se debería tener en cuenta que hay estudios científicos que demuestran que la industria tabacalera uti-

liza esas acciones de responsabilidad social para mejorar su reputación, su imagen y credibilidad¹. Las empresas se presentan como “buenos ciudadanos corporativos” y tienden a presionar para que se evite la aplicación de políticas sanitarias y normativas generales de control del tabaco. Generalmente, esas acciones se producen en torno al trabajo infantil, la sostenibilidad y el medio ambiente².

En este artículo se difunde una acción de “reforestación” por parte de una empresa tabacalera. Si bien en la nota se habla de “responsabilidad social” y de “contribuir al bienestar”, no se señala la responsabilidad de las empresas tabacaleras a nivel sanitario (por la cantidad de muertes y enfermedades que produce fumar y la exposición al humo de segunda y tercera mano). Tampoco se hace mención a otros aspectos alejados del “bienestar” en materia ambiental, como puede ser la contaminación derivada del desecho de colillas. Los filtros de los cigarrillos están hechos de una forma de plástico que se degrada en microplásticos.

Tabacalera de García lanza programa de responsabilidad social con jornada de reforestación



[VER NOTA AQUI](#)

¹ McDaniel PA, Cadman B, Malone RE. Shared vision, shared vulnerability: A content analysis of corporate social responsibility information on tobacco industry websites. *Prev Med.* 2016;89:337-344.

² Para profundizar en las tácticas de responsabilidad social, se sugiere este documento: Programas de RSE de las empresas tabacaleras: una táctica para mejorar su imagen e influir en los formadores de políticas – Buenos Aires: Fundación Interamericana del Corazón, 2020.

Mitos que pueden interferir en las coberturas periodísticas

La industria tabacalera utiliza narrativas sobre sus actividades como una herramienta importante para explicar a la ciudadanía sus decisiones, mejorar su reputación e influir en los programas de gobernanza sanitaria a escala local, nacional e internacional. Estudios científicos recientes sugieren que sus discursos ocultan los planes de maximización de beneficios y garantizan la supervivencia a largo plazo de la empresa¹. Desde el periodismo es importante prestar atención a la construcción de esos discursos que llevan a la desinformación y a buscar información rigurosa sobre cada aspecto que se trate. A continuación se detallan algunos de los mitos o discursos que suelen difundir actores vinculados con la industria tabacalera.

Mito 1

“Consumir cualquier producto del tabaco es una decisión personal”

La narrativa de consumir tabaco como una decisión personal ha sido promovida por la industria tabacalera, a través de las publicidades y hasta en la defensa en juicios que le hicieron fumadores o familias de fumadores. Utiliza esa narrativa para evitar que los Estados regulen sus actividades y protejan a la ciudadanía contra los efectos dañinos de los productos del tabaco. Su argumento se basa en que como usar los productos del tabaco es parte de la responsabilidad individual, el Estado no debería ocuparse del tema. Sin embargo, como los productos de la industria tabacalera han generado una epidemia que afecta el derecho humano a la salud y tiene costos tanto en vidas humanas como económicos directos e indirectos, **los Estados sí tienen la potestad de intervenir y regular para desincentivar su consumo y proteger la salud de la población**. Con la regulación, se puede lograr que los productos sean menos accesibles y así se promueve el abandono del consumo de productos del tabaco o se desalienta el inicio al consumo. Si no se tiene en cuenta que la narrativa de la “decisión personal” se trata de una táctica de la industria tabacalera, los medios de información pueden dar lugar a desinformación.

Mito 2

“Regular el tabaco genera pérdida de empleos”

Cuando se impulsan medidas de control desde la salud pública en cada país, la industria tabacalera suele argumentar que implicarán pérdidas de puestos de trabajo en la producción y la comercialización. Sin embargo, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud y el Instituto Nacional del Cáncer de los Estados Unidos², los puestos de trabajo que dependen del tabaco vienen bajando en la mayoría de los países por factores como la innovación tecnológica y la globalización. Las medidas para regular el tabaco, como el paquete neutro, sólo tendrán **un impacto modesto en el empleo y no provocarán pérdidas netas de puestos de trabajo**. Además, como los beneficios económicos de la reducción de las tasas de consumo del tabaco son enormes y superan con creces los costos para la industria, cualquier pérdida de puestos de trabajo se compensaría con beneficios para la economía en su conjunto.

Mito 3

“Aumentar los impuestos al tabaco favorece el contrabando y afecta más a las personas pobres”

Para controlar la epidemia del tabaquismo que hay en el mundo, se ha demostrado que se requiere que los países adopten múltiples medidas que ayuden a reducir el consumo y la exposición al humo de segunda y tercera mano, y a prevenir que más niñas, niños y adolescentes se inicien en el uso de los productos del tabaco. **Según la OMS, el aumento del precio de los cigarrillos ha demostrado ser la medida más costo-efectiva para reducir la epidemia.**

Porque a pesar de que el consumo se vuelve una adicción, la demanda de los productos está fuertemente influenciada por su precio. Por lo cual, al aumentar sustancialmente los impuestos específicos sobre el consumo de tabaco, conduce al aumento del precio y así se pueden reducir los niveles de tabaquismo en la población. Los países que tienen altos impuestos al tabaco no necesariamente tienen altos niveles de contrabando como ha desinformado la industria tabacalera. Incluso en Europa, se ha detectado que los altos niveles de contrabando se registran en los países con más bajos impuestos al tabaco¹.

También la industria tabacalera ha promovido la desinformación al decir que los impuestos saludables afectan negativamente a las personas más pobres. Sin embargo, hay evidencia científica que demuestra que el aumento de los impuestos al tabaco son medidas progresivas. Al aumentar el precio a través de los impuestos, se toma una medida que reduce la pobreza. Porque la mayoría de los fumadores quieren dejar de consumir. Por lo cual, cuando sube el precio, se favorece que las personas con menos recursos puedan abandonar el consumo de los productos del tabaco y cuidar su salud.

Mito 4

“Dejar de consumir tabaco, incluyendo los cigarrillos electrónicos, aumenta la ansiedad o la depresión en las personas”

Algunas personas creen que abandonar el consumo de tabaco conduce al aumento de cuadros de ansiedad o depresión. Algunas también creen que les generará irritabilidad y les dañará el vínculo con otras personas. Pero es falso. Lo demostró una revisión de 102 estudios científicos publicada en la Biblioteca Cochrane⁵. Reveló que las personas que dejan de fumar durante, al menos, seis semanas sienten menos depresión, ansiedad y estrés que **las personas que siguieron fumando**. Quienes dejaron de fumar también experimentaron más sentimientos positivos y un mayor bienestar psicológico. Además, dejar de fumar no tuvo efecto en la calidad de las relaciones sociales de las personas. Por el contrario, es posible que abandonar el cigarrillo esté asociado con una ligera mejoría del bienestar social. En los estudios participó un amplio abanico de personas, incluidas personas con enfermedades mentales y con enfermedades físicas de larga duración. El periodo de tiempo de seguimiento de los participantes varió, siendo el más corto de seis semanas, aunque en algunos estudios el seguimiento duró hasta seis años. En definitiva, está demostrado que abandonar el consumo de tabaco no empeora la salud mental. Por el contrario, es probable que la persona se sienta mejor al dejar de fumar.

Mito 5

“Hay personas que dependen del cultivo de tabaco para vivir”

El cultivo de tabaco deteriora la salud de los agricultores y los trabajadores de las explotaciones agrícolas, según la OMS. Uno de cada cuatro agricultores de tabaco padece la enfermedad del tabaco verde, que consiste en una intoxicación por nicotina. También ese cultivo provoca la pérdida irreversible de valiosos recursos ambientales, como fuentes de agua, bosques, plantas y especies animales.

Además, en muchos de los países donde se cultiva tabaco, hay demandas insatisfechas para alimentar a la población. Y los gobiernos de muchos países productores de tabaco conceden subvenciones directas a los agricultores de este producto. Habitualmente, las subvenciones directas empujan a los agricultores a dedicarse al cultivo de tabaco, quienes toman sus decisiones pensando únicamente en esas subvenciones. El resultado es que se produce más tabaco del que puede absorber el mercado libre. De este modo, no solo se socavan los medios de subsistencia de los agricultores, sino que también se incrementan los gastos públicos y se reducen los precios del tabaco. Los fondos que los gobiernos destinan a apoyar la producción de tabaco podrían usarse de forma más eficiente y dedicarlos a fomentar la producción de alimentos, recomendó la OMS.

Actualmente, en base al Convenio Marco para el Control del Tabaco, se recomienda a los países poner en marcha programas que favorezcan el contacto entre los agricultores y los compradores de cultivos sanos, resistentes, locales y sostenibles. De esta manera se podrá contar con un mercado viable para la producción de alimentos cuando abandonen el cultivo de tabaco.

¹ Edwards R, Hoek J, Karreman N, Gilmore A. Evaluating tobacco industry ‘transformation’: a proposed rubric and analysis. *Tob Control*. 2022;31(2):313-321.

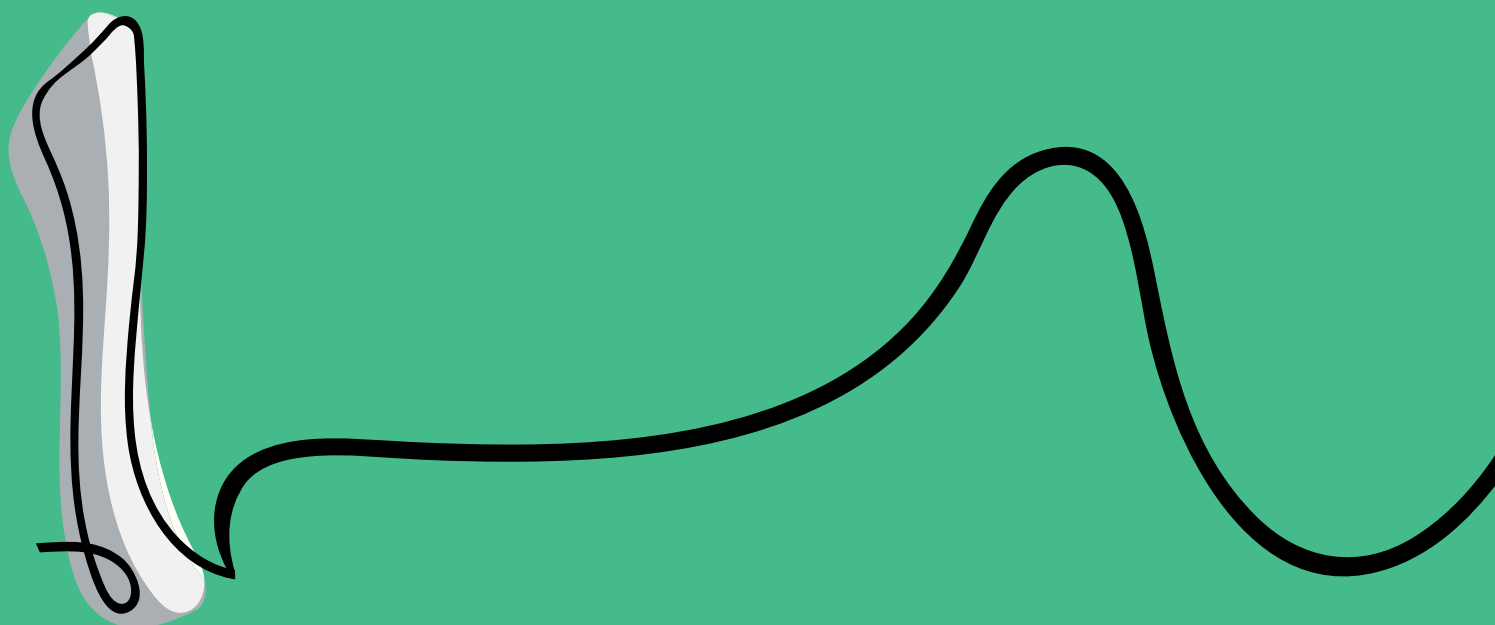
² U.S. National Cancer Institute and World Health Organization. The Economics of Tobacco and Tobacco Control.- Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute, 2016.

³ Hiscock R, Branstetter JR, McNeill A, Hitchman SC, Partos TR, Gilmore AB. Tobacco industry strategies undermine government tax policy: evidence from commercial data. *Tob Control*. 2017;27(5):488-497.

⁴ Schwartz R, Zhang B. Debunking the taxation-contraband tobacco myth. *Cmaj*. 2016;188(6):401-402.

⁵ Taylor GM, Lindson N, Farley A, et al. Smoking cessation for improving mental health. *Cochrane Database Syst Rev*. 2021;3(3):Cd013322.

CÓMO IMPULSAR LA AGENDA DEL CONTROL DEL TABACO





Desde el enfoque de los derechos humanos, la OPS ha señalado algunas recomendaciones para el periodismo en relación a la problemática del tabaco. Desde esa perspectiva, los profesionales de los medios de comunicación tienen un rol fundamental “en la transformación cultural necesaria para evitar y prevenir el consumo de tabaco en las sociedades”. Para eso, deberían **sensibilizar al público general sobre los perjuicios del tabaco a la salud y a la integridad física, así como señalar las vulneraciones de los derechos a las que están expuestas las personas en contacto con humo de tabaco y denunciar las acciones de interferencia de la industria tabacalera**¹.

“Los medios de comunicación también deben cubrir de forma responsable los problemas relativos al tabaquismo y la responsabilidad que asumen también las empresas y el sector privado en esta materia, con arreglo a la protección que ofrecen los instrumentos internacionales”, se afirmó en la recomendación técnica de OPS. Como parte de la cobertura de noticias vinculadas con el tabaco, se sugiere tener en cuenta

que **las minorías han sido el blanco de acciones específicas de la industria tabacalera para ampliar su mercado**. Por ejemplo, durante la última

década se impulsó en los Estados Unidos la prohibición de los productos de tabaco mentolados. Se trata de una de las intervenciones más significativas que podrían hacerse para mejorar la salud de los afroestadounidenses. Para oponerse, defensores de la industria argumentaron que esa prohibición era paternalista y plantearon cínicamente la perspectiva de una aplicación policial desigual de las prohibiciones. En 2020, las tabacaleras incluso se apropiaron sin pudor del hashtag #BlackLivesMatter, del movimiento social y político para vender sus productos, mientras se oponían simultáneamente a políticas que realmente protegerían las vidas de las personas afroestadounidenses².

Para dar continuidad a la cobertura de la temática del tabaco en los medios hay diferentes aspectos para tener en cuenta a la hora de presentar sumarios con novedades en los medios de comunicación.

Incluir el Día Mundial en la agenda de los medios es solo una acción a impulsar. Hay muchas otras.





ABORDAJE CON FOCO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son el plan maestro aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015 que busca conseguir un futuro sostenible para toda la humanidad. Son 17 objetivos y se interrelacionan entre sí con miras a alcanzarlos para 2030. Entre otros, se propone terminar con la pobreza de todas las personas y avanzar hacia la igualdad de género, el empoderamiento de las mujeres, la vida sana, el bienestar en todas las edades, el crecimiento económico, el empleo pleno y las ciudades y los asentamientos humanos inclusivos. Desde el periodismo, se puede plantear una cobertura que indague cómo la epidemia de tabaquismo puede interferir en lograr un desarrollo sostenible en cada comunidad. Porque ya se sabe que la industria tabacalera y

sus aliados, así como el consumo de tabaco, obstaculizan varias de las 17 metas de los ODS. Por ejemplo en la meta 3.4 se busca reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles en todo el mundo, incluidas las enfermedades cardiovasculares, el cáncer y enfermedad pulmonar obstructiva crónica. También en la meta 3 se especifica que se debe fortalecer la implementación del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco.

Hay otras metas que podrían no alcanzarse por la problemática del tabaco. La meta 1 que persigue el fin de la pobreza puede verse afectada porque las personas gastan más en productos del tabaco que en sus necesidades básicas o porque se muere de manera prematura la persona a cargo de contribuir con ingresos a una familia.

Preguntas para la cobertura:

1

¿Ha bajado el consumo de tabaco en la comunidad regional o nacional?

2

¿Hay programas en marcha para promover la cesación tabáquica y reducir la mortalidad?
¿Son de fácil acceso?

3

¿El país ha ratificado el Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco?

4

¿Cuáles son las razones si no se ha ratificado? ¿En qué porcentaje se está cumpliendo en cada país?

El género es una construcción social y se refiere a normas, valores, atributos y relaciones que una sociedad acepta para mujeres y varones. Recientemente, las políticas sanitarias globales han tenido más en cuenta la perspectiva de género, tras identificarse que la industria tabacalera ha desarrollado estrategias de marketing para capturar la atención del género femenino, desde la infancia. Las mujeres pueden sufrir diferentes efectos en la salud por el impacto del consumo de productos del tabaco o por el humo de segunda o tercera mano.

Por lo que respecta a la población adulta, las regiones de Europa y de las Américas muestran la menor diferencia en la prevalencia del consumo actual de tabaco en hombres y mujeres adultos. En la Región de las Américas, la proporción hombres-mujeres es de 1,9 (21,3% de hombres y 11,3% de mujeres), según el Informe sobre el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud⁴. A nivel mundial, la proporción es de 4,7 (36,7% de los hombres y 7,8% de las mujeres).

Un aspecto de la problemática del tabaco es la cuestión del cuidado para las personas afectadas por el consumo o por la exposición al humo. Ese cuidado implica la dedicación de 6 horas por día en promedio. En la región de América Latina aproximadamente 3 de cada 4 de las personas que se ocupan de atender a personas con enfermedades vinculadas al tabaquismo son mujeres. En la mayoría de los casos, estas tareas las asumen las esposas e hijas de quienes se enferman⁵.



ABORDAJE CON PERSPECTIVA DE GÉNERO



Preguntas para la cobertura:

1 ¿Hay acciones específicas de la industria tabacalera en la región enfocadas en la mujer? ¿Cómo se realizan? ¿Qué normas se violan?

4 ¿Qué prevalencia del consumo de tabaco o la exposición al humo hay en las mujeres embarazadas del país o la región?

2 ¿Hay centros de atención u hospitales centrados en ayudar a las mujeres a dejar de fumar tabaco?

5 ¿Qué niveles de prevalencia de consumo de productos del tabaco hay en niñas y adolescentes? ¿Hay servicios de atención médica para ese grupo?

3 ¿Se cumplen las normas de ambientes 100% libres de humo del tabaco?

6 ¿Cómo impacta el tabaquismo cuando las mujeres asumen el rol de cuidadoras de pacientes con enfermedades asociadas al consumo de tabaco?



ABORDAJE CON FOCO EN LAS INFANCIAS

La documentación de la industria tabacalera revela que las empresas tabacaleras han estudiado cuidadosamente el hábito de fumar y las preferencias de los potenciales clientes, muchos de los cuales son niñas niños, y adolescentes y han aplicado estas investigaciones en el desarrollo de nuevos productos y campañas de marketing. Desafortunadamente, sus campañas de promoción y marketing han resultado sumamente exitosas. El progreso mundial se ve amenazado por el aumento de las tasas de tabaquismo en los niños de 13 a 15 años en muchos países y por las tácticas de la industria tabacalera. También es alarmante que, en aproximadamente dos tercios de los países, más del 30% de los fumadores jóvenes adultos actuales empe-

zaron a fumar a diario antes de los 16 años. Desde el periodismo, hay varios aspectos para tener en cuenta sobre la problemática del tabaco y las infancias. En primer lugar se debería considerar que no hay un solo tipo de infancia, sino que hay tantas infancias como niñas, niños y adolescentes. El consumo de productos de tabaco y sus efectos sobre su salud es un gran tema para seguir -por ejemplo- a través de los estudios científicos que se publican o al tener en cuenta el incumplimiento de normas. También se han encontrado casos de intoxicaciones de niñas/os por ingesta de las colillas de cigarrillos. Para cubrir esos aspectos, se puede investigar cuáles son las estadísticas locales y cuáles son los factores que contribuyen al consumo de productos de tabaco o a sus residuos en las infancias.

Preguntas para la cobertura:

1

¿Cuál es la incidencia y la prevalencia de niñas, niños y adolescentes en relación al consumo de productos del tabaco en su comunidad?

2

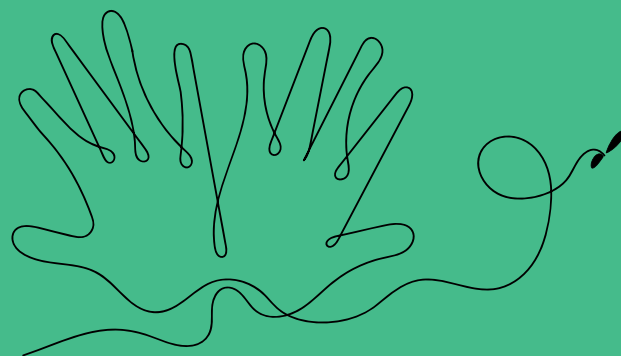
¿Hay centros de atención y tratamiento que se enfocan en la niñez y el tabaquismo?

3

En las zonas de cultivo y producción de tabaco, ¿existe el trabajo infantil? ¿Hay acciones precisas contra el trabajo infantil en la región?

4

¿Qué normas locales o regionales protegen a la niñez para prevenir que se inicien en el consumo de tabaco o promuevan la cesación? ¿Se cumplen?



Otro aspecto para investigar es el trabajo infantil en zonas de producción de tabaco. Existe un Convenio de la Organización Internacional del Trabajo que califica las peores formas de trabajo infantil como “el trabajo que, por su naturaleza o por las condiciones en que se lleva a cabo, es probable que dañe la salud, la seguridad o la moralidad de los niños”. Trabajar para cultivar y producir tabaco es claramente perjudicial para niñas, niños y adolescentes. De acuerdo con OMS, niñas, niños y adolescentes que trabajan en el tabaco suelen verse privados del ocio y de su derecho a la educación, y también están expuestos a graves riesgos para la salud: intoxicación aguda por nicotina, exposición a pesticidas y otros riesgos relacionados.

Según la OMS, la industria tabacalera “aparenta proteger a los niños mientras perpetúa

el trabajo infantil. Se calcula que en todo el mundo hay 1,3 millones de niños que participan en tareas relacionadas con el cultivo de tabaco”. No obstante, la industria tabacalera transmite la falsa impresión de luchar contra el trabajo infantil llevando a cabo iniciativas que enmarca como “responsabilidad social corporativa”. En este sentido, periodistas del periódico The Guardian revelaron cómo en países de tres continentes se mantenía sin escolarizar a niños de 14 años o menos y se les empleaba en trabajos físicos duros y nocivos para producir las hojas de tabaco.

DISPONIBLE AQUI



La cobertura de la problemática del tabaco se puede realizar también desde la perspectiva ambiental. Por un lado, el consumo de tabaco contamina el ambiente interior que se respira en hogares, lugares de trabajo, edificios públicos, transportes, hoteles, restaurantes, entre otros espacios. Eso implica que las personas se ven expuestas al humo de segunda mano y al de tercera mano que fueron descritos con detalles en el apartado “Estado de situación”. Durante la última década creció la publicación de estudios científicos sobre ese

tipo de contaminación. En la web, existe el Centro de Recursos de Humo de Tercera Mano, que organiza un consorcio financiado por el Programa de Investigación de Enfermedad relacionado con el Tabaco de California y comparte información sobre resultados de investigaciones recientes (Ver aquí: <https://thirdhandsmoke.org/>). Por otro lado, se puede considerar el ambiente exterior, que es alterado por la etapa de cultivo y producción de los productos del tabaco. Esa etapa implica que se pierden 600 millones de árboles, 200.000 hectáreas de tierra y 22.000 millones de toneladas de agua, y genera 84

ABORDAJE **CON PERSPECTIVA AMBIENTAL**

Preguntas para la cobertura:

1 ¿Cuáles son los niveles de humo de segunda mano a los que se ve expuesta la población de su región, país o ciudad? ¿Qué acciones se están llevando a cabo para reducir esos niveles?

2 ¿Qué se sabe sobre el humo de tercera mano en su región, país o localidad?

3 ¿Cómo afecta el cultivo de tabaco al ambiente de la región más cercana a la audiencia del medio de comunicación?

4 ¿Se aplican impuestos ambientales a las empresas por dañar los ecosistemas?



millones de toneladas de CO₂ por año⁶. La mayor parte del tabaco se cultiva en países de ingresos bajos y medianos, en los que a menudo se necesitan desesperadamente agua y tierras de cultivo para producir alimentos para la región. En lugar de eso, las tierras se están utilizando para cultivar plantas de tabaco y hacen que la deforestación aumente cada día. Por otra parte, los productos como los cigarrillos, el tabaco sin humo y los cigarrillos electrónicos también contribuyen a la acumulación de contaminación plástica. En 2022, la OMS advirtió que la indus-

tria tabacalera utiliza tácticas engañosas para lavar su reputación y construir la imagen de una industria sostenible y respetuosa con el ambiente: se conocen como tácticas de “greenwashing”. Un ejemplo es la comercialización y el etiquetado ecológico de los cigarrillos como “naturales” u “orgánicos”, que sugieren a los fumadores que esos productos son de alguna manera menos dañinos. Otras tácticas son los apoyos de las tabacaleras a organizaciones ambientalistas y de ayuda en catástrofes y programas de limpieza de residuos de productos del tabaco.

5 ¿Hay estudios que informen sobre las consecuencias ambientales del cultivo o la producción del tabaco en la región?

6 ¿La industria tabacalera difunde reportes de “responsabilidad social” que encubren los daños ambientales de su actividad?

7 ¿Qué tácticas de “greenwashing” está desarrollando la industria tabacalera en su región o ciudad?



La problemática del tabaco admite también una cobertura periodística desde la perspectiva económica. Según la OMS, el costo del tabaquismo absorbe alrededor de 1,4 billones de dólares de la economía mundial en un solo año⁷. Ese costo incluye los costos directos de atender a las personas con enfermedades relacionadas con el consumo de tabaco en el sistema de salud y por productividad perdida. La recaudación en concepto de impuestos sobre el consumo de tabaco cubre menos de un tercio de esos costos.

Se conocen como “impuestos saludables” según la OPS a los que gravan productos cuyo consumo constituye un factor de riesgo importante para múltiples enfermedades no transmisibles. **Los impuestos al tabaco cumplen la función de disuadir su compra porque los vuelve menos asequibles.** En otras palabras, los impuestos pueden ser instrumentos de salud que complementen o potencien

avances conseguidos mediante otras medidas, como puede ser la limitación de la publicidad o regulaciones al acceso o consumo en determinados ámbitos.

Un error frecuente en los medios de comunicación es encuadrar a los “impuestos saludables” como “impuestos al pecado”. Este concepto es erróneo porque enfatiza en el consumo de tabaco como un problema de comportamiento individual. Si se usa la expresión “impuestos al pecado” en los medios de comunicación, se está reforzando la retórica de la industria tabacalera que desde 1954 encuadra al consumo del tabaco como una cuestión de responsabilidad personal⁸⁹. Entonces, al argumentar que se trata de una opción de comportamiento individual, se debilitan las medidas de salud pública que pueden adoptar los poderes del Estado para proteger a la ciudadanía.

En base a diferentes estudios científicos, la OMS avala el aumento de los impuestos al tabaco en cada país. Porque son el medio



ABORDAJE CON PERSPECTIVA ECONÓMICA

Preguntas para la cobertura:

1

¿Cuál es la situación de los impuestos al tabaco en la región o país?

2

¿Los costos directos e indirectos del tabaquismo aún superan a la recaudación impositiva?

3

¿Cómo se ejerce la interferencia sobre los diferentes poderes del Estado para evitar el aumento de los impuestos saludables?

4

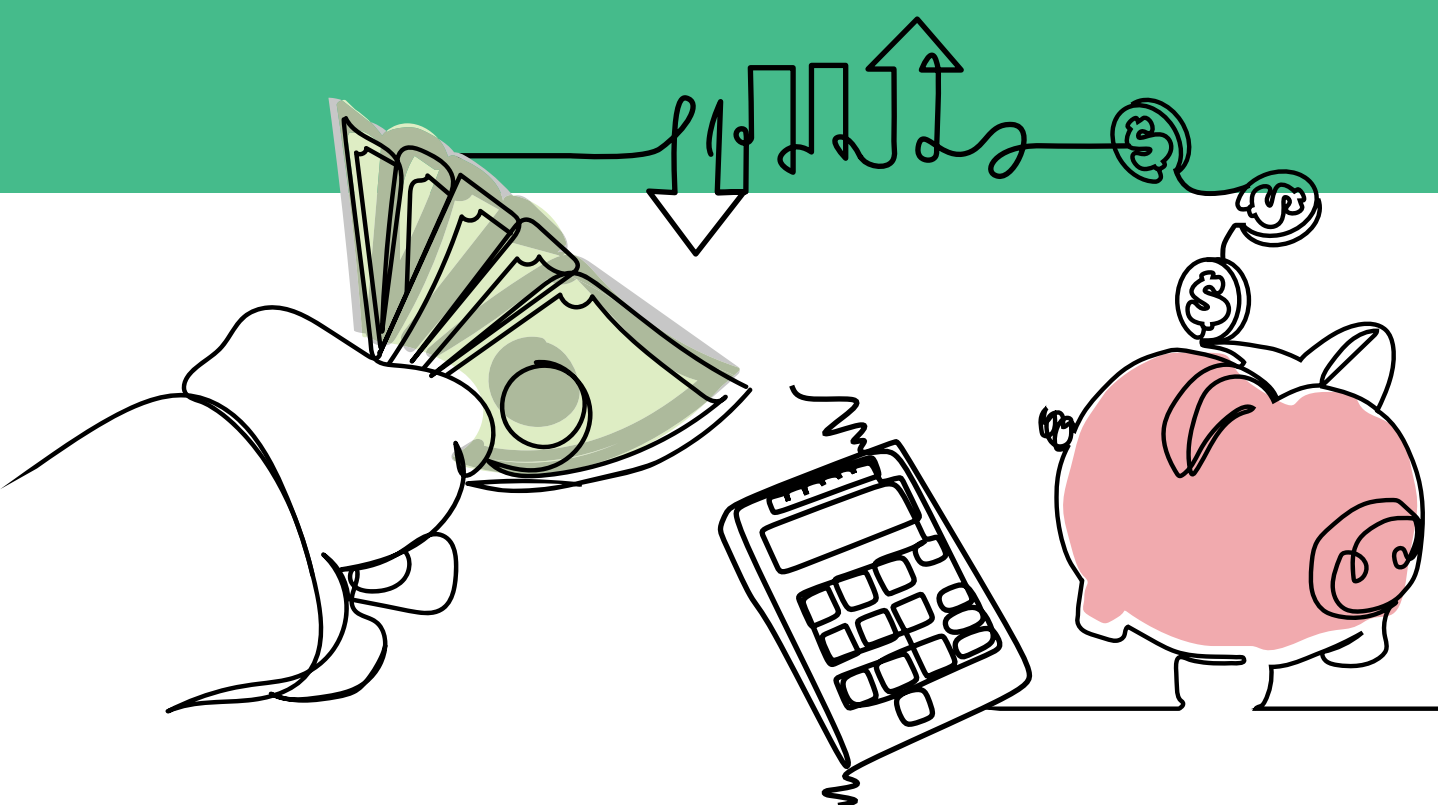
¿Qué acciones hacen actores, como organizaciones de incidencia, para fomentar los impuestos saludables en la región o en el país?

más costo-efectivo para reducir el consumo de tabaco y los costos de la atención de salud, sobre todo entre los jóvenes y la población de bajos ingresos, a la vez que permiten incrementar los ingresos fiscales en muchos países. Se sabe que un 10% de aumento en el precio de los productos de tabaco por la implementación de los impuestos saludables reduce el consumo de tabaco en un 4% en los países de ingresos altos y en un 5% en los países de ingresos medianos y bajos.

Un estudio sobre 12 países de América Latina estimó que los costos sanitarios atribuibles a las enfermedades por el tabaquismo representan el 6-9% de los presupuestos sanitarios nacionales. Los impuestos actuales sobre el tabaco sólo cubren entre el 36% de los costos médicos directos causados por el tabaquismo en estos países. Se estimó que un aumento del 50% en los precios del tabaco ahorraría alrededor de 300.000 muertes y 9 millones de años de vida sana en los próximos 10 años, y produciría unos

beneficios económicos de más de 40.000 millones de dólares debido a los costes de tratamiento evitados y al aumento de los ingresos fiscales. En América Latina, los impuestos sobre el tabaco están subutilizados y los cigarrillos son más asequibles que en otras regiones. Las evidencias demuestran que el aumento de los impuestos sobre el tabaco puede reducir el consumo de tabaco, evitar la mortalidad y la morbilidad relacionadas con el tabaco y reducir los gastos sanitarios y la pobreza¹⁰.

Otro error en los medios de comunicación es repetir un mito en relación a los impuestos saludables: la industria tabacalera y otras entidades relacionadas suelen argumentar que los elevados impuestos sobre los productos de tabaco conducen a la evasión fiscal. “Sin embargo, la experiencia de muchos países demuestra que el comercio ilícito o contrabando puede abordarse con éxito incluso cuando se aumentan los impuestos y los precios del tabaco”, según expertos de la OMS¹¹.







Claves para informar sobre estudios científicos relacionados con tabaquismo

Una manera de encontrar novedades es hacer un seguimiento de publicaciones con revisión de pares o revistas referato, donde se difunden las investigaciones científicas. Hay revistas de salud pública que publican esos estudios, pero también se pueden seguir publicaciones más orientadas a cuestiones ambientales, sociales y económicas, que incluyen la problemática del tabaco. Existen publicaciones específicas como las revistas *Nicotine and Tobacco Research*¹ y *Tobacco Control*², que abarcan diferentes aspectos de la problemática en el mundo. A la hora de trabajar con estudios publicados en revistas de referato se sugieren estas recomendaciones:

1 Prestar atención *a las estadísticas del estudio y a los comunicados de prensa*

Cada semana se publican miles de artículos científicos y en algunos casos se difunden comunicados de prensa. Es clave indagar si hay números de riesgos que pueden estar tergiversados. Por ejemplo, si se trata de productos del tabaco, como los de tabaco calentado o los cigarrillos electrónicos, podrían haber datos sobre riesgos que se muestran como más inocuos de lo que realmente se informan en el estudio.

2 Comprobar

si hay conflictos de intereses

Los conflictos de intereses deben declararse al final de cada artículo. Hay científicos que tienen vínculos financieros con empresas tabacaleras y ese conflicto puede llevar a generar sesgos en los resultados del trabajo. En toda producción periodística, se debería mencionar el conflicto de interés de los investigadores. También se debe hacer la consulta a fuentes de información que sean independientes del estudio y sin apoyo de la industria tabacalera y mencionarlas en la producción.

3 Contextualizar

La ciencia se construye sobre conocimientos anteriores. En cada producción periodística, se deberían mencionar estudios previos importantes que puedan ofrecer una imagen más completa sobre la novedad que se quiere informar. Esto significa darle un contexto a la noticia para explicar qué implica en relación al conocimiento anterior. También se sugiere mencionar como contexto información sobre la historia de interferencia de la industria tabacalera en la regulación del control del tabaco o los daños que generan los productos en los seres humanos.

4 Estar en alerta

con la interferencia de la industria tabacalera

Las pruebas científicas de múltiples investigaciones y los documentos internos demuestran que la industria tabacalera ha desarrollado diferentes tácticas para continuar con las ventas de productos que dañan la salud humana y ambiental. Desde el periodismo, también se debería estar en alerta frente a las diversas tácticas, que incluye el apoyo a organizaciones que se presentan como interesadas en la epidemia de tabaco, pero tienen financiamiento de la industria. Investigar en profundidad las tácticas que la industria tabacalera desarrolla puede dar lugar a grandes producciones periodísticas.

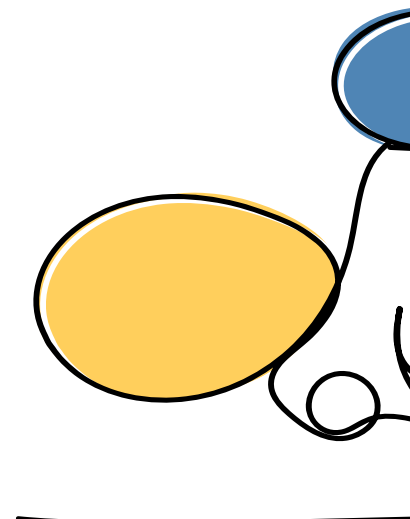
Por ejemplo, en 2017 se presentó en sociedad la Foundation for a Smoke-Free World (Fundación para un Mundo sin Humo), con sede en los Estados Unidos. Se describía a sí misma como "una organización independiente sin ánimo de lucro" y afirmaba que funcionaba "libre del control o la influencia de terceros". Pero una investigación realizada por los medios de comunicación Le Monde, de Francia, The Investigative Desk y Follow the money, de los Países Bajos, y Knack, de Bélgica, reveló en 2021 que la Fundación para un Mundo sin Humo, es un instrumento de presión utilizado por la empresa tabacalera Philip Morris International para eludir al Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, cuyo artículo 5.3 tiene por objeto proteger las decisiones públicas de los grupos de presión de la industria tabacalera. Los autores de la investigación se basaron en documentos internos que mostraban que la empresa pretendía dividir al movimiento de control del tabaco (esquemáticamente dividido entre "prohibicionistas" y "pragmáticos") y doblegar a la OMS para promover productos alternativos, como los cigarrillos electrónicos y los productos de tabaco calentado frente a los cigarrillos tradicionales³.

¹ La revista Nicotine and Tobacco Research es publicada por la Sociedad para la Investigación sobre Nicotina y Tabaco y se puede consultar aquí: <https://academic.oup.com/ntr>

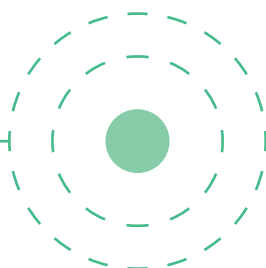
² La revista Tobacco Control es publicada por la editorial BMJ Group: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/31/2/138>

³ Horel S. La guerre secrète de Philip Morris contre l'OMS et les experts de la lutte antitabac. Paris: Le Monde, 2021. Disponible en: https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/04/14/un-avenir-sans-fumee-la-guerre-secrete-de-philip-morris-contre-l-oms_6076704_3244.html

REPOSITORIO DE INFORMACIÓN



A continuación, se comparten enlaces a documentos que pueden ser útiles para profundizar en el aprendizaje sobre la problemática del tabaco, dar contextualización a las producciones periodísticas, encontrar nuevas ideas, datos y explicaciones



Para saber sobre cuestiones epidemiológicas y la carga económica del tabaquismo:

<https://www.iecs.org.ar/tabaco/>

<https://www.insp.mx/centros/salud-poblacional/bienvenida.html>

<https://tobacconomics.org/>

<https://tobaccoatlas.org/>

<https://fundacionanaas.org/2021/05/31/por-que-aumentar-los-impuestos-al-tabaco/>

<https://www.tobaccofreekids.org/global-resources>

Para informar sobre la interferencia de la industria tabacalera:

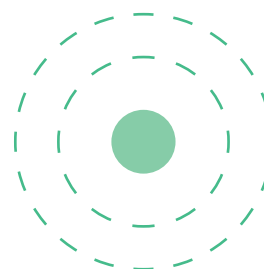
<https://tobaccotactics.org/>

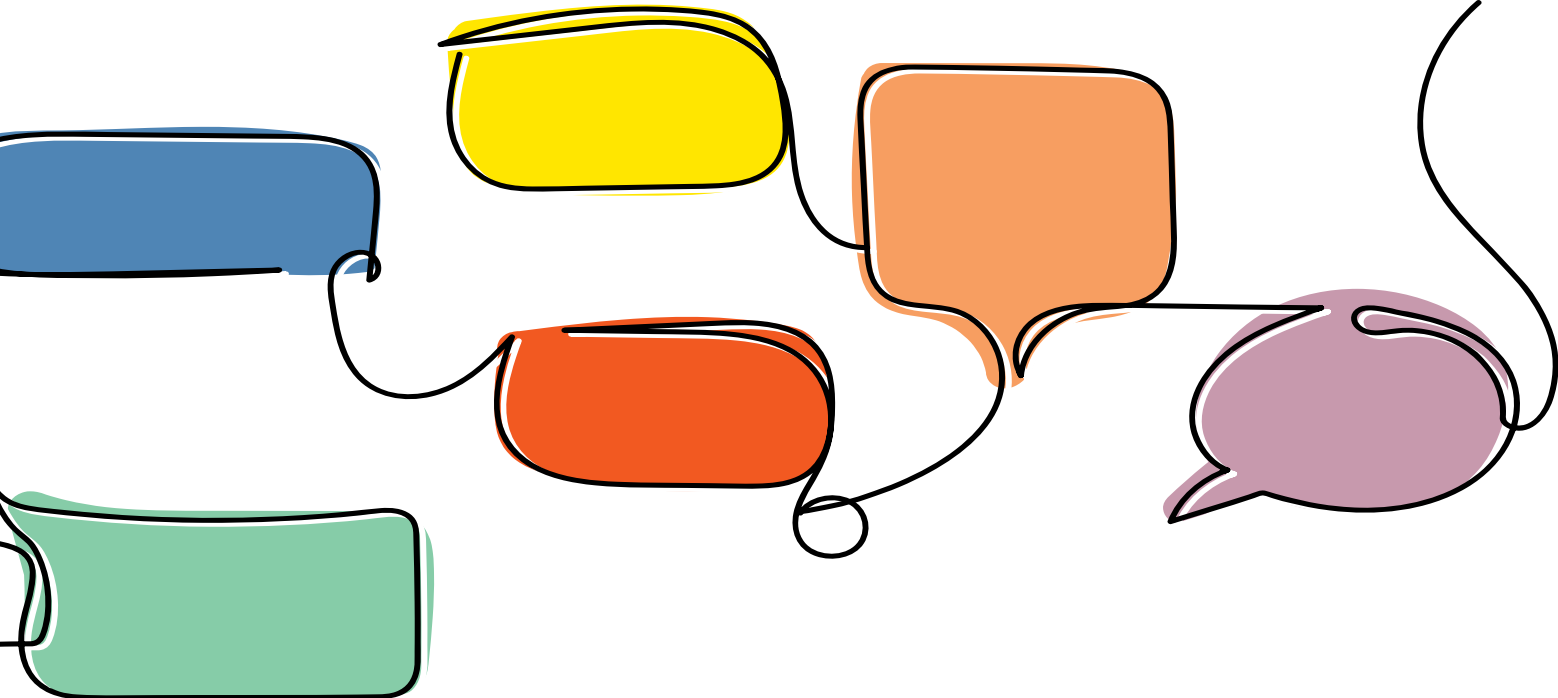
<https://exposetobacco.org/es/indice-global/>

<https://noalainferenciatabacalera.com/>

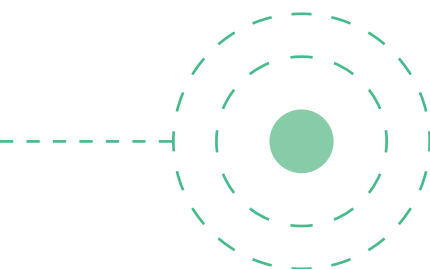
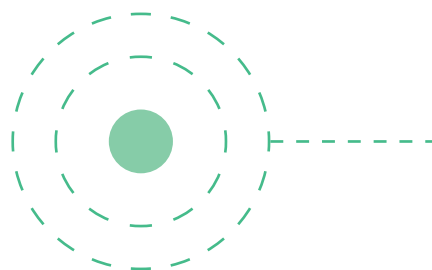
<https://www.bloomberg.org/public-health/reducing-tobacco-use/stop/>

<https://www.bath.ac.uk/research-groups/tobacco-control-research-group/>

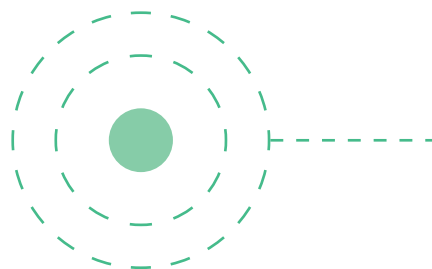




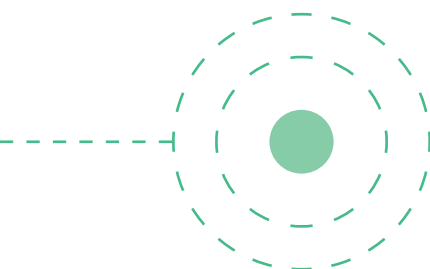
Para mantenerse al día con las publicaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS):
https://www.who.int/health-topics/tobacco#tab=tab_1



Para acceder al texto completo de Convenio
Marco para el Control del Tabaco (OMS):
<https://fctc.who.int/es/publications/9241591013>

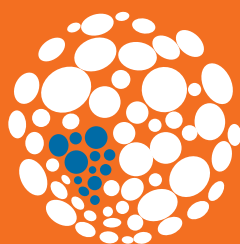


Para actualizarse con las publicaciones de la
Organización Panamericana de la Salud (OPS):
<https://www.paho.org/es/temas/control-tabaco>



Para conocer sobre comercio ilícito:
<https://saludjusta.mx/wp-content/uploads/Consumo-de-cigarros-WEB-SEP-2019.pdf>
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29540558/>
<https://www.ficargentina.org/documentos/comercio-ilicito-de-productos-de-tabaco-en-argentina-desafios-y-oportunidades/>
<https://www.bath.ac.uk/research-groups/tobacco-control-research-group/>

**Guía de
buenas
prácticas
para el
abordaje
periodístico
del **tabaco**
en Latinoamérica**



IECS

INSTITUTO DE EFECTIVIDAD
CLINICA Y SANITARIA

www.iecs.org.ar/tabaco