

DIA MUNDIAL SIN TABACO 2020

Proteger a los jóvenes de la manipulación de la industria tabacalera y evitar que consuman tabaco y nicotina

Los documentos internos de la industria tabacalera (IT) evidencian que durante décadas, ha empleado deliberadamente tácticas estratégicas, agresivas y con buenos recursos para atraer a los jóvenes a consumir los productos de tabaco y nicotina. La IT revela una marcada intencionalidad de mantener el consumo y de atraer a nuevas generaciones de consumidores, a través de publicidad y promoción de nuevos productos, actuando con rapidez para expandir su mercado antes que los países creen regulaciones. Actualmente aprovecha la pandemia COVID para desarrollar estrategias oportunistas.

¿Cómo la IT e industrias afines manipulan a los jóvenes?

- Promocionando nuevos productos: sistemas electrónicos de liberación de nicotina (cigarrillos electrónicos) y productos con tabaco calentado, como productos que "reducen el daño". Todos sostienen la adicción a la nicotina.

¿Cómo la IT y afines publicita los nuevos productos?

- Como socialmente aceptables, "sin humo" o alternativas "más limpias" a los cigarrillos convencionales. Promueven su uso en ambientes libres de humo de tabaco. Todos re-normalizan la conducta de fumar.

¿Qué tácticas de publicidad usan para atraer a nuevos jóvenes consumidores?

- Patrocinio de celebridades/personas influyentes (influencers en Instagram) y concursos. Son invitados por estas industrias a través de incentivos económicos para ser embajadores y promocionar productos de tabaco y nicotina.

- Ofrecimiento de becas para educación superior, instando a los aspirantes a enviar ensayos sobre los beneficios potenciales del uso de los nuevos productos.
- Esponsoreo de campamentos educativos. Pago a centros educativos para actividades donde se vierten conceptos falsos sobre estos productos.

¿Qué tácticas de publicidad son usadas para atraer a los niños y adolescentes a productos de nicotina y tabaco?

- Venta de productos en comercios próximos a centros educativos que expenden juegos, elementos electrónicos, dulces, snacks.
- Publicidad digital y en redes sociales, videojuegos. Si bien muchos países prohibieron la publicidad, no está prohibida por internet.

¿Qué tácticas promocionales se usan para tentar a niños y adolescentes?

- Uso de saborizantes (frutales, mentolados, dulces, etc.) atractivos para los jóvenes y que alientan a subestimar los riesgos para la salud y comenzar a consumir tanto cigarrillos convencionales, cigarrillos electrónicos así como pipas de agua.
- Diseños y productos atractivos, engañosos y novedosos fáciles de transportar (dispositivos electrónicos, con forma de memoria [USB]).
- Promoción indirecta de productos de tabaco en películas, programas de televisión, etc.
- Distribución libre, en lugares frecuentados por jóvenes de productos cubiertos con atractivas publicidades, socavando las regulaciones sobre ventas a menores.

Qué mecanismos de distribución usa la industria para facilitar el acceso a estos productos?

- Venta de cigarrillos sueltos o en paquetes pequeños.
- Cigarrillos electrónicos disponibles para testear sabores a bajo costo.
- Máquinas expendedoras con publicidad atractiva, próximas a colegios.

¿Qué estrategias utiliza para debilitar las regulaciones en el control del tabaco?

Amenazando a países con recursos limitados a través de acciones judiciales con el fin de desestimular medidas similares en otros países (advertencias sanitarias, exhibiciones en el punto de venta y regulaciones de publicidad, promoción y patrocinio).

Estrategias de la IT durante la pandemia COVID-19

Este año, en el contexto de la pandemia mundial por COVID-19, la IT ha tratado de confundir a la población mediante estrategias claras:

- Comercialización: Utilización de referencias al COVID-19 (mencionando explícitamente el virus y/o utilizando términos como #cuarentena o #quedateencasa para comercializar sus productos, entrega gratuita y premios en concursos.
- Presión sobre los gobiernos para que clasifiquen las instalaciones de producción de tabaco/cigarrillos electrónicos/productos de tabaco calentado en comercios de venta como "esenciales", en los países que promulgan políticas para limitar la propagación de COVID-19.
- Difusión de información errónea: "fumar o vapear protegerá a los usuarios de tabaco de COVID-19" Esta información es inexacta y peligrosa, basada en estudios no arbitrados, con deficiencias metodológicas y con claros conflictos de interés.
- Filantropía: la IT se han aprovechado de los desastres naturales y las emergencias para generar tácticas con apariencia de buena voluntad entre la población y los responsables políticos, que no son más que una cortina de humo para continuar con su negocio, que consiste en vender productos de tabaco mortales que matan a más de ocho millones de personas en el mundo cada año.

Está demostrado que los fumadores, en pasadas pandemias virales tuvieron más riesgo de adquirir SARS y MERS y peor evolución de la enfermedad que la población general.

En respuesta a las tácticas sistemáticas, agresivas y sostenidas de la IT para atraer a una nueva generación de consumidores de tabaco, el Día Mundial Sin Tabaco 2020 proporcionará una campaña de contra marketing para develar su persuasiva manipulación. El mundo no puede permitirse el lujo de otra generación engañada por las mentiras de la IT, que pretende promover una pretendida "libertad de elección personal" al tiempo que garantiza beneficios, más allá de los millones de personas que pagan con su vida cada año.

FUENTES:

- Organización Mundial de la Salud. Disponible en: <https://www.who.int/news-room/events/detail/2020/05/31/default-calendar/world-no-tobacco-day-2020-protecting-youth-from-industry-manipulation-and-preventing-them-from-tobacco-and-nicotine-use>
- TakeAPart. The global fight take down tobacco. Disponible en: <https://www.takeapart.org/campaigns/covid-19-activities/>
- Campaign for tobacco-free kids. Disponible en: <https://www.tobaccofreekids.org/es/productos-nuevos>

OPS

Ministerio de Salud Pública

ASSE

Fondo Nacional de Recursos

Comisión Honoraria para la Salud Cardiovascular

CIET Uruguay

Hospital de Clínicas

SUT

Junta Nacional de Drogas

Comisión Honoraria de Lucha Contra el Cáncer