



Historia de éxito: México modifica su Ley de Control del Tabaco

El 17 de febrero de 2022, el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, publicó una reforma a la Ley General para el Control del Tabaco de su país. Esta reforma histórica e integral prohíbe fumar y consumir cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado en todos los espacios cerrados de acceso público y en algunos espacios al aire libre como estaciones de autobuses, parques, conciertos, competencias deportivas y otros lugares de concurrencia masiva. La ley actualizada también incluye una prohibición total de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, lo que convierte a México en el noveno país de América Latina en adoptar esta política.

EL DESAFÍO

Se estima que el 16,4% de la población adulta y el 14,6% de la juventud fuman cigarrillos en México. El humo de segunda mano es un problema importante: el 17% de los adultos está expuesto al humo de tabaco en su lugar de trabajo y casi el 26% lo está en restaurantes y en el transporte público. Casi la mitad de los jóvenes (44,6%) están expuestos al humo de segunda mano en lugares públicos.¹

Las multinacionales tabacaleras tienen una presencia importante en el país. A través de su subsidiaria mexicana, Philip Morris International (PMI) domina el mercado de cigarrillos. British American Tobacco (BAT) ocupa el segundo lugar. El poder y la influencia de la industria tabacalera en la formulación de políticas están muy arraigados y han sofocado cualquier reforma a las leyes de control del tabaco durante más de 13 años.

LA OPORTUNIDAD

Después de ratificar en 2004 el Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco, México aprobó la Ley General para el Control del Tabaco en 2008. Desafortunadamente, la ley presentaba vacíos significativos, como permitir sectores para fumar en algunos lugares públicos y no prohibir completamente la publicidad del tabaco.

Los estados mexicanos fueron adoptando su propia legislación, y para 2020 más del 60% de la población ya estaba protegida del humo de segunda mano. Sin embargo, múltiples proyectos de ley de ambientes libres de humo fueron bloqueados en el Congreso Nacional desde 2008.

En 2018, cuando el presidente Andrés Manuel López Obrador ganó las elecciones presidenciales, los activistas se aliaron con autoridades del gobierno recién electo a nivel nacional y local, incluido el Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Dr. Hugo López-Gatell, quien se convirtió en un actor clave del movimiento de control del tabaco.

NUESTRO ROL

Las organizaciones locales de la sociedad civil, Salud Justa, CODICE y Reflecciona—bajo la coalición paraguas de México SaludHable, una alianza de organizaciones de salud pública—lideraron los esfuerzos de incidencia para enmendar la Ley General de Control del Tabaco. *Campaign for Tobacco-Free Kids* apoyó a la comunidad mexicana de control del tabaco de distintas maneras:

- **Actuó como un catalizador que reunió a actores diversos:**

Campaign for Tobacco-Free Kids colaboró con sus socios locales para reunir a un grupo diverso y amplio que comprendía organizaciones nacionales y regionales de control del tabaco que trabajaron bajo la coalición México SaludHable. La coalición también incluyó instituciones científicas gubernamentales, pacientes, organismos internacionales y ONGs internacionales. Esto fue clave para involucrar a los actores políticos que apoyaron el proceso y ayudaron a enfrentar la interferencia de la industria.

- **Dio apoyo técnico y legal:** mientras Salud Justa dirigía los esfuerzos de incidencia, los abogados de Tobacco-Free Kids ayudaron a revisar el proyecto de ley y asesoraron a los socios locales sobre cómo respaldar las medidas y responder a los ataques de la industria tabacalera durante el proceso legislativo.

■ **Colaboró con la estrategia de comunicación y el desarrollo de mensajes:** *Campaign for Tobacco-Free Kids* trabajó con los activistas para desarrollar una estrategia de comunicación y crear mensajes convincentes y atractivos. Con aportes de grupos focales, una encuesta nacional y entrevistas con audiencias clave y partes interesadas, México SaludHable creó y transmitió mensajes adaptados a audiencias específicas, como miembros del parlamento, líderes de opinión y el público.



¹ Global Adult Tobacco Survey 2015: Mexico, <https://extranet.who.int/ncdsmicrodata/index.php/catalog/864> and Global Youth Tobacco Survey 2011: Mexico, <https://extranet.who.int/ncdsmicrodata/index.php/catalog/439>.

- Apoyó la campaña de anuncios:** *Campaign for Tobacco-Free Kids* trabajó en estrecha colaboración con Refleacciona para asegurar una exitosa estrategia de anuncios pagados. Se utilizaron imágenes llamativas, mensajes convincentes e infografías claras en varias plataformas, incluidos periódicos, vallas publicitarias cerca del Congreso Nacional, estaciones de metro, autobuses, estaciones de radio y redes sociales. Los anuncios estaban dirigidos a miembros del parlamento y exponían la interferencia de la industria tabacalera con la intención de retrasar la aprobación de la reforma. Por el impacto social de la reforma se consiguieron tarifas con descuento y espacios publicitarios gratuitos.
- Colaboró con la estrategia de prensa:** Las relaciones con los medios fueron un componente vital de la campaña. Los periodistas jugaron un papel central en solicitar al presidente que apoye el proyecto de ley de reforma. *Campaign for Tobacco-Free Kids* ayudó a los comunicadores de las organizaciones sociales locales a desarrollar una estrategia de relaciones públicas. Salud Justa organizó ruedas de prensa en coyunturas críticas del proceso legislativo, como cuando la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados trató de poner en peligro el proyecto de ley, cuando la Comisión de Salud del Senado lo debatió y cuando la industria tabacalera atacó a activistas clave. Se logró que los medios publicaran docenas de artículos, entrevistas y artículos de opinión para apoyar la reforma del control del tabaco.
- Apoyó el trabajo subnacional:** Durante más de una década, *Campaign for Tobacco-Free Kids* apoyó al socio local CODICE en sus esfuerzos de promoción para aprobar leyes libres de humo a nivel subnacional. Durante la discusión para modificar la ley nacional, CODICE trabajó para obtener el apoyo de líderes subnacionales para la reforma. Esto fue clave para sensibilizar a legisladores sobre el impacto de la ley en sus estados específicos y aportar un sabor local a la discusión.
- Enfrentó la interferencia de la industria tabacalera:** las subsidiarias de PMI y BAT intentaron implacablemente poner en peligro la aprobación de la reforma aprovechando sus conexiones dentro del parlamento para diluir u obstruir el proyecto de ley y utilizando grupos de fachada o aliados (en su mayoría vapeadores) para atacar a activistas y líderes políticos o cabildear para que el consumo de cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado quedar exento de las disposiciones de ambientes libres de humo. *Campaign for Tobacco-Free Kids* colaboró con activistas para contrarrestar la interferencia de la industria tabacalera destacando los vínculos entre los grupos de fachada y las empresas multinacionales y exponiendo a los miembros del parlamento con vínculos estrechos con dicha industria.

RESULTADOS

Estos esfuerzos entusiastas y tenaces dieron sus frutos. El 29 de abril de 2021, la Cámara de Diputados de México aprobó por abrumadora mayoría el proyecto de ley. El 15 de diciembre, el Senado aprobó por unanimidad la reforma a la Ley General para el Control del Tabaco. El 17 de febrero de 2022, el presidente López Obrador firmó la enmienda y la publicó, convirtiendo a México en un país 100% libre de humo.

LECCIONES APRENDIDAS

La inversión y el compromiso de *Campaign for Tobacco-Free Kids* en México demuestra que activistas, políticos y funcionarios gubernamentales comprometidos pueden trabajar juntos para aprobar políticas eficaces de control del tabaco para proteger a sus ciudadanos y salvar vidas.

Las lecciones valiosas que hemos aprendido incluyen:

- 1 Trabajar con una coalición diversa y sólida de activistas, expertos, instituciones de investigación y socios internacionales, nacionales y locales.
- 2 Dirigirse a los decisores políticos individualmente es útil para identificar líderes, reconocer a quienes están a favor y exponer a los oponentes.
- 3 Combinar estrategias de medios ganados, anuncios pagados y encuestas de opinión para hacer que el tema sea relevante en la arena política.
- 4 Usar mensajes simples evaluados a través de grupos focales, encuestas y entrevistas para interactuar con los tomadores de decisiones y los medios.
- 5 Involucrar a activistas locales para garantizar que los legisladores vean apoyo para el proyecto de ley y entiendan los beneficios para sus electores.
- 6 Luchar contra la interferencia de la industria tabacalera en todas las etapas de la campaña.

ABOUT THE CAMPAIGN FOR TOBACCO-FREE KIDS

The Campaign for Tobacco-Free Kids is the leading advocacy organization working to reduce tobacco use and its deadly consequences in the United States and around the world. Through strategic communications and policy advocacy campaigns, we promote the adoption of proven solutions that are most effective at reducing tobacco use and save the most lives.

1400 I Street NW, Suite 1200
Washington, DC 20005 USA

info@tobaccofreekids.org

tobaccofreekids.org

@CTFKGlobal

facebook.com/tobaccofreekids

Tel.: +1.202.296.5469

