

**CHALLENGING
BIG TOBACCO**

**CORPORATE
ACCOUNTABILITY
INTERNATIONAL** **NATT**

Herramientas de acción para el Día Mundial Sin Tabaco: *Prohibición de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco*



Lucky Strike, uno de los cigarrillos más populares de la British American Tobacco, patrocinó una rueda de la fortuna (noria) en el popular Festival Musical Heineken de Polonia en el 2012. La publicidad, promoción y patrocinio del tabaco se dirigen a la juventud y cuestan vidas.

(Foto por: MANKO Association of Poland)

BOSTON

10 Milk Street
Boston, MA 02108
Tel: 617.695.2525

BOGOTÁ

Oficina América Latina
Bogotá, Colombia
Tel: 57.1.8022011

www.StopCorporateAbuse.org
info@StopCorporateAbuse.org

***Por favor note que esta herramienta de acción es para el uso único de los socios y aliados de NATT. Aunque se le anima a duplicar y distribuir todos los materiales en el Apéndice, por favor no los haga con la guía misma.*

Mayo 2013

Queridos amigos de NATT:

En este año se concreta la 24.^a celebración consecutiva del Día Mundial Sin Tabaco, en la cual la comunidad internacional se une para poner de manifiesto las tácticas turbias que la industria del tabaco utiliza para frenar las políticas de salud pública. Gracias al tema de la Organización Mundial de la Salud elegido este año, podemos enfocarnos en las principales tácticas que la industria tabacalera usa para crear nuevos adictos: el uso de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco y sus productos (en adelante, PPP). La industria del tabaco se basa en estas tácticas para enganchar millones de clientes anuales nuevos a este mortal producto. **Al eliminar la capacidad que las grandes compañías del tabaco tienen para ofrecer sus mortales productos, el crecimiento de la industria en los mercados en desarrollo se detendrá y se evitará que haya nuevos usuarios de esta adicción mortal. De esta forma, se salvarán millones de vidas.**

El año pasado, gracias al liderazgo de la Organización Mundial de la Salud, el Día Mundial Sin Tabaco se enfocó en las tácticas de interferencia de la industria tabacalera. Este tema sirvió de marco para que la sociedad civil y los gobiernos denunciaran los trucos sucios que las grandes del tabaco usan para atacar las políticas de salud pública. Estas políticas, que forman parte del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT de la OMS), salvan vidas en todo el mundo. Cientos de acciones se organizaron alrededor del mundo. Desde la publicación de millones de documentos condenatorios de la industria del tabaco, ningún evento había puesto de relieve las tácticas de interferencia de la industria del tabaco como el mayor obstáculo contra el control del tabaco, tanto como lo hizo el Día Mundial Sin Tabaco 2012. Estas acciones han hecho que los gobiernos aprueben políticas acordes con el Artículo 5.3, en un esfuerzo más coordinado para responder a las tácticas de interferencia de la industria del tabaco y actuando de manera global para atacar el problema.

Cada vez más, la OMS, los gobiernos y la sociedad civil consideran que los esfuerzos de la industria del tabaco para debilitar las políticas de salud pública son el mayor obstáculo para la implementación del CMCT. El uso de publicidad, promoción y patrocinio (PPP) es el perfecto ejemplo. A medida que más países aprueban leyes para el control del tabaco, la industria elabora tácticas cada vez más agresivas para contrarrestarlas y debilitar las prohibiciones ya existentes en contra del uso de PPP. ¿El resultado? **Más niños quedan vulnerables a las prácticas mortales de comercialización, a una mayor adicción y a más enfermedades totalmente prevenibles; sobre todo en el hemisferio sur.**

El 31 de mayo de 2013, cientos de organizaciones y gobiernos en todo el mundo organizarán concentraciones y marchas, eventos mediáticos, reuniones de participación, capacitaciones a los periodistas y otras acciones para llamar la atención sobre los abusos de la industria del tabaco. En esta guía encontrará todas las herramientas mediáticas, así como de preparación, organización y participación, para celebrar una acción por el Día Mundial Sin Tabaco y, así, llamar la atención internacional de los medios de prensa con el fin de cambiar las políticas públicas de su país. Como siempre, nuestro personal está listo para ayudarle si tiene alguna duda que no esté en esta guía. Así que, no dude en contactarnos directamente.

Al realizar acciones por el Día Mundial Sin Tabaco 2013, podemos contrarrestar la principal maniobra de las grandes del tabaco para crear nuevos adictos. Esperamos tener la oportunidad de trabajar juntos por el Día Mundial Sin Tabaco, y a futuro, para lograr un mundo sin adicciones, muertes y enfermedades relacionadas al tabaco.

Mayo 2013

¡Sigamos adelante!



A handwritten signature in black ink, appearing to read "John Stewart".

John Stewart

Director de la Campaña

Desafiando a la industria tabacalera



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Cloe Franko".

Cloe Franko

Organizadora de la Campaña

Desafiando a la industria tabacalera



“La industria del tabaco se comporta como una sustancia corrosiva que puede comer o filtrarse a través de cualquier grieta o apertura en la armadura de nuestras defensas. Nuestra respuesta debe ser cerrar todas estas grietas y aperturas, uno por uno, con ciencia y evidencia, respaldado por los instrumentos para la aplicación de este conocimiento, y por la regla de la ley.”

-Dr. Margaret Chan,
Director-General of the World Health Organization

Corporate Accountability International (anteriormente Infact) es una organización de miembros que protege a las personas a través de campañas que desafían las acciones corporativas irresponsables y peligrosas alrededor del mundo. Durante más de 30 años, Corporate Accountability International y sus miembros han logrado grandes victorias que protegen a las personas y salvan vidas. Corporate Accountability International es una ONG con reconocimiento oficial de la Organización Mundial de la Salud (WHO) y fue miembro fundador de La Red de Responsabilidad de las Transnacionales del Tabaco.

La Red de Responsabilidad de las Transnacionales del Tabaco está integrada por más de 100 ONGs de consumidores, derechos humanos, medio ambiente, religiosas y de responsabilidad corporativa en 50 países. NATT se formó en la primavera de 1999 para asegurar una voz fuerte y unificada por un Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) que:

- Implementara controles efectivos sobre las transnacionales del tabaco que están promoviendo la adicción al tabaco, la enfermedad y la muerte, y
- Contribuyera al establecimiento de amplios estándares globales que hicieran responsables a las corporaciones de las políticas, prácticas y productos que ponen en peligro la salud humana y el medio ambiente.

Corporate Accountability International es miembro de la Framework Convention Alliance (FCA), que incluye a más de 350 organizaciones de más de 100 países trabajando por el desarrollo, la ratificación y la implementación del CMCT. Vea www.fctc.org.

Índice

- I. [¿Por qué desafiar a las grandes Tabacaleras ?](#)
- II. [¿Por qué prohibir la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco \(PPP\)?](#)
- III. [Lo que estamos pidiendo](#)
- IV. [Determinar qué tipo de evento celebrar](#)
- V. [Ventajas y desventajas de los distintos tipos de eventos y acciones específicas](#)
- VI. [Consejos para organizar eventos](#)
 - a. [Consejos para organizar eventos de visibilidad](#)
 - b. [Consejos para organizar una conferencia de prensa](#)
 - c. [Consejos para organizar reuniones de participación](#)
 - i. [Ejemplo de un programa para el teatro de calle](#)
- VII. [Obtención de peticiones para apoyar su evento](#)
- VIII. [Apéndice](#)
 - a. [Otros recursos en línea](#)
 - b. [Otros recursos adicionales se incluirán con los materiales](#)
 - c. [Consejos para obtener la cobertura de los medios](#)
 - d. [Preguntas frecuentes](#)
 - e. [Información de contacto del Comité directivo de NATT](#)
 - f. [Informe sobre las interferencias de la industria del tabaco](#)

I. ¿POR QUÉ DESAFIAR A LAS GRANDES TABACALERAS?

Todos los años, el tabaco mata a casi 6 millones de personas: sigue siendo la principal causa de muerte prevenible del planeta. Es una pandemia totalmente motivada por una industria que cuenta con más recursos económicos que la mayoría de países en donde opera. La pandemia de enfermedades relacionadas con el tabaco es global, y es por ello que la comunidad internacional ha unificado mediante un acuerdo global sobre el tabaco, formalmente llamado el Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT de la OMS). El CMCT consagra las medidas más efectivas para el control del tabaco que existen, protege a casi el noventa por ciento de la población mundial y, para el año 2050, cuando se implemente en su totalidad, habrá salvado la vida de 200 millones de personas.

La mayor amenaza para estas medidas que salvan vidas son las políticas de interferencia de la industria tabacalera. Juntos, hicimos posible que el acuerdo incluyera una disposición fundamental: el **Artículo 5.3, que establece que la industria tabacalera tiene un conflicto de intereses irreconciliable con la salud pública**. El Artículo 5.3 es la columna vertebral del CMCT y el Tratado no podría tener éxito si la interferencia de la industria no se elimina de raíz.

La principal estrategia comercial de las grandes compañías de tabaco está provocando la exportación de la epidemia desde los países con mayor poder adquisitivo hacia aquellos más pobres, en donde ocurren el 80% de muertes relacionadas con el tabaco. El futuro de las grandes del tabaco depende de su capacidad para interferir y eludir las leyes sobre la salud pública.

Las directrices del Artículo 5.3 del CMCT promueven que los **gobiernos establezcan medidas que limiten las interacciones de la industria del tabaco con las actividades gubernamentales y que se establezcan medidas de divulgación pública**. Las directrices ya están dando resultados en las políticas públicas a nivel mundial.

El Artículo 5.3 y sus directrices son las herramientas más importantes con las que podemos evitar que la industria tabacalera siga interfiriendo con las políticas de salud pública que salvan vidas. Si no se implementan en su totalidad, la industria seguirá frustrando la elaboración de estas políticas y debilitará las que ya existen con el fin de continuar con sus planes mortales. Ninguno de los artículos del CMCT está a salvo de las tácticas de interferencia de la industria tabacalera.

Implementar el Artículo 5.3 en una ley nacional es el compromiso más grande que su gobierno puede entablar con las políticas de salud, por encima de las ganancias de la industria tabacalera. A nivel internacional, su organización o gobierno puede usar el Artículo 5.3 para evitar que la industria del tabaco se entrometa en la elaboración de las políticas de salud. Este es un aspecto crucial de todos los esfuerzos para el control del tabaco, incluyendo el tema del Día Mundial Sin Tabaco de este año, que es la prohibición de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco.

II. ¿POR QUÉ PROHIBIR LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO DEL TABACO (PPP)?

En 1955, las ventas de Philip Morris se dispararon en un 3000%, luego de un año de la introducción del Hombre Marlboro. Considerado como un icono del Viejo Oeste de los Estados Unidos, el Hombre Marlboro era el símbolo de la ruda masculinidad e independencia para jóvenes y adultos por igual. Como resultado de estas artimañas comerciales, actualmente Marlboro es la marca de cigarrillos más popular del mundo, sobre todo entre los fumadores menores de edad, y su fabricante, Philip Morris International (y sus afiliados), es la compañía tabacalera privada más rentable a nivel mundial. El Hombre Marlboro es el ejemplo perfecto de cómo un icono y una estrategia de marketing a nivel global llevó a que Philip Morris International se convierta en el líder de la industria y continúe aumentando su número de fumadores, principalmente debido a su atractivo entre los jóvenes.

La publicidad de los productos de tabaco sigue siendo la táctica principal de las grandes tabacaleras para crear nuevos adictos de por vida. Los ejecutivos de estas corporaciones aducen que el objetivo de la publicidad de los productos de tabaco es que los fumadores existentes y adultos se cambien a sus marcas, pero el hecho es que la finalidad principal de la publicidad, promoción y el patrocinio del tabaco es que los jóvenes empiecen a fumar y que los que estén intentando dejar de hacerlo, continúen con su adicción mortal.

Los niños son particularmente vulnerables a las maniobras de marketing y son el principal objetivo de las tácticas mortales de la publicidad de la industria. Además, son tres veces más sensibles a las prácticas de la publicidad del tabaco, en comparación con los adultos, y es más probable que sean estas campañas las que los lleven a fumar, y no la influencia de sus amigos. Cuanto más joven uno sea al empezar a fumar, es más probable que se vuelva adicto al tabaco y menos probable que deje de fumar cuando ya no lo sea. De hecho, casi el 90% de los fumadores fumó su primer cigarrillo antes de cumplir 18 años y casi la cuarta parte de estas personas empezaron a fumar antes de los 10 años. El Hombre Marlboro, Joe el Camello, el patrocinio de conciertos y las promociones de sus productos son algunos de los ejemplos más evidentes de la publicidad del tabaco dirigida a los niños.

La buena noticia es que los gobiernos de todo el mundo se están dando cuenta de que la expansión de las grandes tabacaleras a los países en desarrollo, alimentada por las depredadoras tácticas de marketing, se tiene que detener. De este modo, cada vez más países alrededor del mundo están adoptando prohibiciones integrales contra el uso de PPP. [El Artículo 13](#) del CMCT de la OMS reconoce que solo las prohibiciones de PPP que sean "integrales y aplicables a todos los distintos tipos de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco" pueden reducir de manera eficaz el número de fumadores antiguos y nuevos. Las prohibiciones integrales deben eliminar todos los tipos de publicidad en los medios y en las fronteras, e incluir todas las formas de promoción y patrocinio. Si se implementan de manera eficaz, las prohibiciones integrales de PPP, se disminuye el consumo de tabaco en un [7 por ciento](#) y, en

Mayo 2013

algunos países, las tasas tienden a bajar hasta en un 16 por ciento. Estas disminuciones resultan en millones de vidas salvadas.

A pesar de que las grandes compañías de tabaco afirman que la publicidad de los productos del tabaco no hace que las personas decidan fumar, su eficacia se hace evidente gracias a los miles de millones que las compañías tabacaleras gastan anualmente en las campañas de publicidad, promoción y patrocinio. Más aún, al reconocer la amenaza que hay sobre las medidas vitales que limitan su capacidad de comercializar sus mortales productos, las grandes del tabaco aumentan sus esfuerzos para ejercer su influencia política y económica en la aprobación e implementación de las prohibiciones del uso de PPP. La industria del tabaco elude las restricciones usando tácticas como la responsabilidad social de las empresas, la publicidad en puntos de venta, el patrocinio de eventos deportivos y musicales, promociones, campañas por Internet y extensiones de marcas (en este [enlace](#) de la OMS encontrará una lista de tácticas adicionales).

Cada una de las Partes del CMCT tiene la obligación legal de adoptar prohibiciones integrales del uso de PPP dentro de los cinco años posteriores a la entrada en vigor del acuerdo a nivel nacional; adicionalmente, *millones* de vidas dependen de una efectiva prohibición de PPP, la cual evitará que tanto jóvenes como adultos se inicien en este mortal producto que llega a matar a casi la mitad de sus consumidores.

III. LO QUE ESTAMOS PIDIENDO

Que se involucre en el Día Mundial Sin Tabaco 2013 y pida a su gobierno que:

1. Adopte prohibiciones integrales contra la PPP de acuerdo con el Artículo 13 y sus directrices.
 - a. Consulte las Directrices del [Artículo 13](#) para obtener una lista detallada con principios y recomendaciones para elaborar leyes integrales contra la PPP.
 - b. Asegúrese que las leyes estén totalmente protegidas de los intentos de la industria tabacalera para eludir las y debilitarlas. Consulte esta [Hoja informativa de la OMS](#) y pida a su oficina regional de la OMS que le dé ejemplos de leyes integrales contra la PPP.
2. [En caso de ya existir una prohibición de PPP], implemente y aplique de manera integral las actuales prohibiciones de PPP; por ejemplo, que se apliquen multas y citaciones judiciales en caso de infracción y que se refuerce el órgano responsable de hacerlo.
3. Niéguese a tratar a la industria del tabaco como parte interesada en las políticas de salud pública, niéguese a asociarse con las corporaciones tabacaleras por ningún motivo y no acepte los llamados planes de "responsabilidad social empresarial" de la industria.
4. Establezca estándares para hacer que las partes infractoras de las prohibiciones de PPP acepten sus responsabilidades, y se asegure de que no haya representantes de la industria tabacalera dentro de los órganos y comités de implementación para garantizar su protección contra los conflictos de intereses. Consulte la [Recomendación 4 de las directrices del Artículo 5.3](#) para obtener ideas sobre cómo eliminar conflictos de intereses.
5. Adopte leyes acordes con el Artículo 5.3 y sus directrices.

IV. DETERMINAR QUÉ TIPO DE EVENTO CELEBRAR

Esta es una lista con algunas de las preguntas clave a tratar dentro de su organización para determinar exactamente en qué consistirá su evento con el fin de ser lo más *estratégico* posible para el Día Mundial Sin Tabaco.

- 1. ¿Cuál es el estado de la prohibición nacional sobre PPP?**
 - ¿Existe una prohibición parcial o no hay ninguna prohibición? ¿Existe una prohibición integral que no se aplica? ¿Su Parlamento o Congreso está tramitando algún tipo de prohibición? ¿Existe una prohibición integral y eficaz que se debería destacar por su éxito?
- 2. ¿Cuál es el obstáculo para aprobar e implementar una prohibición integral contra la PPP?**
 - ¿Está la industria del tabaco, algún representante de la ésta o alguna persona relacionada con la industria retrasando la aprobación o implementación de la prohibición? ¿Está el Presidente o alguno de sus ministros o algún grupo de Miembros del Parlamento en contra de la prohibición? ¿Existe alguna relación entre el gobierno y la industria del tabaco que impida la aprobación de la prohibición?
- 3. ¿Cuál es el objetivo de esta acción?**
 - ¿Es razonable y estratégico pedir una nueva prohibición de PPP, mejorar la prohibición de PPP existente, o exponer las violaciones a las prohibiciones existentes de PPP, para hacer que las partes culpables acepten su responsabilidad, o exigir mejores mecanismos de observancia?
- 4. ¿Quién tiene la capacidad de hacer cambios? ¿Qué persona será el objetivo de la acción?**
 - ¿El Presidente? ¿Los Miembros del Parlamento? ¿Los ministros de los Ministerios de Salud, Agricultura o Finanzas?
 - Nota: si su objetivo son los medios de comunicación, ¿a quién está tratando de influenciar?
- 5. ¿Cómo describiría esta acción?**
 - ¿Qué lograría que el objetivo se alcanzara de forma más eficaz y por qué? ¿Es una concentración o una marcha? ¿Una entrega de miles de peticiones? ¿Un mensaje sumamente sólido entregado eficazmente a través de medios de comunicación estratégicos, incluyendo medios extranjeros?
- 6. ¿A quién o qué se necesita para crear una acción eficaz?**
 - ¿Necesita tener periodistas, voluntarios, un gran número de personal a tiempo completo, un experto o persona comprometida de gran reconocimiento y visibilidad, fondos adicionales?

V. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS DISTINTOS TIPOS DE EVENTOS Y ACCIONES ESPECÍFICAS

- **Eventos de visibilidad (concentraciones/marchas, conferencias de prensa, entrega de peticiones u otros eventos creativos)**
 - Un evento de visibilidad atraerá la *atención del público* hacia el Día Mundial Sin Tabaco, el CMCT, las prohibiciones sobre PPP y su implementación, y sobre las interferencias de la industria en las políticas de salud pública. Estos eventos ofrecen una gran oportunidad para exponer las violaciones de la industria tabacalera a las prohibiciones de PPP y exponer las interferencias sobre las políticas de salud pública en su país, de manera *creativa, impactante e informativa*.
 - **Ventajas:** Los eventos de visibilidad son una gran oportunidad para involucrar al público sobre el uso de PPP y sobre las interferencias de la industria mediante elementos visuales creativos, y son una forma de llamar la atención de los medios de comunicación. Además, ofrecen una gran oportunidad para movilizar a los voluntarios potenciales y para involucrar a expertos o a personas de gran reconocimiento y visibilidad. Puede contribuir a la eficacia del evento de visibilidad si lo combina con una [entrega de peticiones](#) a los funcionarios públicos, con el fin de mostrar no solo el apoyo del público presente en el evento, sino también el apoyo de los firmantes de la petición. Al hacer que sus mensajes claves y llamados a la acción sean claros, concisos y simples ante los medios de comunicación, además de hacer un seguimiento más profundo para que los medios los cubran, la visibilidad de la acción será aún mayor.
 - **Desventajas:** Planificar el evento, reclutar voluntarios, preparar a los oradores y trabajar con los medios puede tomar una gran cantidad de tiempo.
- **Reuniones de participación**
 - Tener reuniones con funcionarios del gobierno es una gran oportunidad para *involucrarlos directamente* en las prohibiciones integrales contra la PPP y en la importancia de exponer los intentos de la industria para debilitar las prohibiciones de PPP. Combinar la entrega de peticiones con reuniones de participación es una gran forma de "atraer" el apoyo del público a su evento.
 - **Ventajas:** Una interacción directa con los legisladores permite que usted y su organización construyan relaciones sólidas y se presenten como *aliados* y

fuentes de recursos para los funcionarios del estado. Las reuniones de participación también requieren *mucho menos tiempo* que los eventos de visibilidad.

- **Desventajas:** Esta táctica no genera tanta cobertura de los medios como los eventos de visibilidad.

- **Capacitaciones para los periodistas**
 - Llevar a cabo capacitaciones para los periodistas o tener la oportunidad de *interactuar directamente* con un grupo de ellos (cara a cara) le permite ilustrar a los periodistas de su país sobre las interferencias de la industria del tabaco en la elaboración de políticas de salud pública y en la necesidad de aprobar e implementar prohibiciones integrales contra la PPP.
 - **Ventajas:** Las capacitaciones para los periodistas no solo conducen a una cobertura inmediata de los medios de comunicación, sino que también le dan la oportunidad de seguir *cultivando la relación con los periodistas para obtener coberturas en el futuro*. Le dan la oportunidad de posicionar a su organización, y también a usted, como *expertos y fuentes de recursos* a los cuales podrán acudir en el futuro.
 - **Desventajas:** Las capacitaciones para los periodistas no involucran al público, así que la capacidad de influenciar a su objetivo se basa directamente en la calidad de la cobertura mediática surgida de la capacitación.
 - **Nota:** para obtener la Guía de accionar de Capacitación a los periodistas, vaya a <http://www.stopcorporateabuse.org/resource/2012-journalist-training-action-guide> y comuníquese con FCTC@StopCorporateAbuse.org para obtener el material adicional mencionado en la guía.
 - **Nota 2:** si no puede hacer que los periodistas acudan a toda la capacitación, considere organizar reuniones individuales en persona con cada uno de ellos para involucrarlos con los temas de manera más profunda y responder a sus preguntas.

VI. CONSEJOS PARA ORGANIZAR EVENTOS

A. CONSEJOS PARA ORGANIZAR EVENTOS DE VISIBILIDAD

Tipos de eventos de visibilidad

- Concentraciones/marchas: Atraen la atención del público y de los medios de comunicación, y presionan a los funcionarios del gobierno al hacer que las personas lleven carteles, canten canciones y se unan a favor del mensaje del Día Mundial Sin Tabaco.
- Teatro callejero: La dramatización de eventos políticos y sociales (por ejemplo, las interferencias de la industria del tabaco en las políticas de salud pública) es una forma eficaz de atraer al público y generar visibilidad. ¡Cuanto más creativo sea, es más factible que los periodistas quieran cubrirlo!
 - *Nota*: Puede incorporar una [entrega de peticiones](#) a cualquiera de estos eventos para mostrar un mayor apoyo público a la causa.

Ejemplos de objetivos en los eventos de visibilidad

- Generar 2 ó 3 artículos periodísticos que resalten su evento o acción.
- Atraer la atención sobre la elaboración o implementación de las prohibiciones de PPP.
- Generar visibilidad para el Artículo 5.3 y sus directrices.
- Exponer ejemplos específicos de las tácticas de interferencia de la industria del tabaco sobre las políticas de salud pública en su país.
- Hacer pedagogía a los legisladores sobre la importancia de aprobar una prohibición integral contra la PPP y de evitar que la industria del tabaco y sus aliados se involucren en la creación de las leyes.
- Reclutar y capacitar a los voluntarios y otras ONG.
- Tomar entre 5 a 10 fotos de gran calidad que muestren el respaldo, la eficacia y el mensaje de su evento.

Preparación de un evento de visibilidad

1. Decida el tipo de evento. Los materiales y el programa variarán dependiendo del tipo de evento. Sea creativo a la hora de determinar su evento y considere incorporar elementos visuales; ¡esto atraerá la atención de los medios!
2. Comuníquese con la Oficina regional de la OMS y Corporate Accountability International: [Corporate Accountability International](#) y su oficina regional de la OMS le pueden proporcionar materiales y apoyo adicional para su evento. También podrá averiguar si habrá otras acciones a favor del Día Mundial Sin Tabaco, a las cuales podría apoyar.
3. Elija una ubicación. El evento se debe llevar a cabo en un área de gran visibilidad. Considere realizarlo cerca del Parlamento, en el centro de la ciudad o cerca a algún campus universitario.

4. Decida cuál será el mensaje principal: Podría centrar la atención en el estado de la prohibición de PPP, en las interferencias de la industria del tabaco, o en el efecto de las interferencias de la industria sobre las prohibiciones de PPP o sobre la salud pública.
5. Elija el momento de su evento. Elija una hora cuando haya mucha gente alrededor el día 31 de mayo. Si su evento involucra los medios de comunicación, llévelo a cabo alrededor de las 10 u 11 de la mañana para que los periodistas puedan asistir y reportarlo en los noticieros nocturnos.
6. Reclute voluntarios. Debe comprometer alrededor del doble de voluntarios de los que necesite ya que varios de ellos pueden no asistir al evento. Recuerde que también debe comunicarse con ellos la noche anterior al evento para confirmar su participación.
 - a. Nota: Si va a convocar personas para las peticiones, llame a cada uno por separado para invitarlos a la acción y pedir que se ofrezcan como voluntarios.
7. Comuníquese con otras organizaciones para ver si pueden ayudarlo a obtener voluntarios, opinar o proporcionar un apoyo adicional.
8. Dé a conocer el evento mediante la colocación de letreros, carteles y marcando las zonas con gis o tiza para no dejar marcas permanentes.
9. Desarrolle un plan de divulgación en los medios para asegurarse que los noticieros cubran su evento de visibilidad. Incorpore las redes sociales dentro de su plan con los medios con el fin de crear una gran expectativa antes y durante la acción. Muy pronto le entregaremos [más materiales para los medios](#), incluyendo información de los antecedentes y un guión para las conversaciones por teléfono con la prensa, un comunicado de prensa de ejemplo para el Día Mundial Sin Tabaco y material para las redes sociales.
10. Reúna los materiales. Pida a sus voluntarios que lo ayuden a crear/imprimir panfletos, afiches y pancartas.
11. Después del evento, llame a todos los periodistas que asistieron al evento o manifestaron su interés de cubrirlo, y ofrézcales mayor información y responda a sus preguntas.

Materiales

- [Comunicado de prensa](#): envíelo al menos 5 días antes de su evento
- Los elementos visuales para llamar la atención hacia el mensaje del Día Mundial Sin Tabaco pueden ser:
 - Afiches del Día Mundial Sin Tabaco (para pedirlos, comuníquese con su oficina regional de la OMS)
 - Pancartas con el mensaje del Día Mundial Sin Tabaco, el logotipo de su organización y los logotipos de Corporate Accountability Internacional y de NATT
 - [Infografía del Día Mundial Sin Tabaco](#) de Corporate Accountability International (¡Muy pronto!)
- Hojas informativas o folletos para entregar a los participantes y observadores
- [Puntos a tratar](#) o declaraciones para los oradores
- Materiales para reclutar periodistas, por ejemplo [guiones](#)
- Paquetes de prensa para los periodistas, que incluyan:

Mayo 2013

- Su declaración
- Las declaraciones de otros oradores en su evento, incluyendo su información de contacto
- Comunicado de prensa
- Hoja informativa sobre el uso de PPP
- Copias de los últimos/importantes artículos de prensa
- Su información de contacto
- Una cámara de alta calidad, fotógrafo y una lista de tipos de fotos aceptables para llevar al evento.

B. CONSEJOS PARA ORGANIZAR UNA CONFERENCIA DE PRENSA

Ejemplos de objetivos

- Generar dos o tres artículos de su conferencia de prensa que resalten el estado de la prohibición de PPP en su país y denuncien las interferencias de la industria en las políticas de salud pública.
- Llamar la atención sobre los Artículos 13 y 5.3, con énfasis en historias específicas de las interferencias de la industria dentro de su país.
- Cultivar relaciones con los periodistas que asistan a su conferencia de prensa.
- Educar a los legisladores sobre la importancia de aprobar una prohibición integral contra la PPP y de evitar que la industria tabacalera y sus aliados se involucren en la creación de las leyes.
- Atraer a expertos y aliados que lo apoyen con la acción.
- Tomar entre 5 a 10 fotos de gran calidad que muestren el respaldo, la eficacia y el mensaje de su evento.

Preparación

1. Póngase en contacto con su oficina regional de la OMS para saber si desearían unirse o apoyar la conferencia de prensa. Es posible que envíen a algún portavoz para hablar en el evento o entregarle una lista de contactos periodísticos.
2. Establezca el mensaje principal del evento. Esto le ayudará determinar quién hablará en el evento y a qué organizaciones contactar.
3. Elija la hora y ubicación. El evento se debe realizar en un área de gran visibilidad como el Parlamento, el centro de la ciudad o cerca de un campus universitario. Llévelo a cabo entre las 10 y las 11 de la mañana para que los periodistas puedan asistir y reportarlo en los noticieros nocturnos.
4. Reclute oradores y voluntarios. Pueden ser de otras organizaciones, universidades locales o expertos.
5. Desarrolle un plan de difusión en los medios para asegurarse que los noticieros locales, regionales e internacionales clave envíen reporteros a su conferencia de prensa.
6. Capacite a los oradores sobre los puntos a tratar. Esta es una manera importante de asegurarse que su mensaje sea claro y sólido.
7. Antes del evento prepare los paquetes de prensa; confirme a los oradores, voluntarios y periodistas; y reúna los materiales.
8. Después del evento, llame a todos los periodistas que asistieron al evento o manifestaron su interés de cubrirlo, y ofrézcales mayor información y responda a sus preguntas.

Materiales necesarios

- [Comunicado de prensa](#): envíelo al menos 5 días antes de su evento
- Los elementos visuales para llamar la atención hacia el mensaje del Día Mundial Sin Tabaco pueden ser:
 - Afiches del Día Mundial Sin Tabaco (para pedirlos, comuníquese con su oficina regional de la OMS)
 - Pancartas con el mensaje del Día Mundial Sin Tabaco, el logotipo de su organización y los logotipos de Corporate Accountability Internacional y de NATT
 - [Infografía del Día Mundial Sin Tabaco](#) de Corporate Accountability Internacional (¡Muy pronto!) – estupenda para las redes sociales
- Paquetes de prensa que incluyan:
 - Su declaración
 - Las declaraciones de los otros oradores en el evento
 - Comunicado de prensa
 - Hoja informativa sobre el uso de PPP
 - Copias de los últimos/importantes artículos de prensa
 - Su información de contacto
- Lista de asistencia para que los periodistas la firmen
- Bolígrafos
- Una cámara de alta calidad, fotógrafo y una lista buenas fotos para llevar al evento

Ejemplo de un programa para una conferencia de prensa

1. Preparación. Llegue temprano y separe un espacio donde se colocarán los oradores (un lugar de gran visibilidad para los medios). Normalmente un podio es una buena elección. Coloque los elementos visuales y a los voluntarios cerca los oradores para que los periodistas los vean y aparezcan en las fotografías.
2. Salude a los periodistas a medida que lleguen. Entrégueles un kit de prensa y recopile su información de contacto.
3. Palabras y declaraciones de inicio. Haga que el orador comience el evento con una declaración de inicio y continúe con los siguientes oradores.
 - a. Nota: Haga que su primer orador empiece a hablar no más de cinco minutos más tarde de la hora prevista, ya que los periodistas siempre están ocupados y podrían irse.
4. Responda a las preguntas de la prensa. Finalice la sesión informativa con las preguntas de la prensa.

C. CONSEJOS PARA ORGANIZAR REUNIONES DE PARTICIPACIÓN

Las reuniones con los funcionarios del gobierno son una gran oportunidad para involucrarlos directamente sobre los beneficios a la salud y a la economía generados con las prohibiciones integrales contra la PPP, y sobre la necesidad de rechazar cualquier asociación o apoyo por parte de la industria tabacalera.

Puede usar las reuniones para:

- Instar a los funcionarios del gobierno para que aprueben e implementen prohibiciones integrales contra la PPP y otras disposiciones clave del CMCT.
- Abogar por la aprobación de cualquier ley pendiente para el control del tabaco.
- Instruir a los legisladores sobre la importancia de aprobar una prohibición integral de PPP y de evitar que la industria del tabaco y sus aliados se involucren en la creación de las leyes.
- Exponer y desafiar las interferencias de la industria tabacalera en la salud pública mediante historias que hablen de su interferencia en el proceso del CMCT, sobre todo las relacionadas con la aprobación de prohibiciones de PPP.
- Reunir información sobre las prioridades de los funcionarios del Estado en los procesos del CMCT y de la conferencia de las Partes.
- Distribuir la [Hoja informativa del Artículo 5.3](#), [el panfleto del Día Mundial Sin Tabaco](#), [las directrices del Artículo 5.3](#) y/o [las directrices del Artículo 13](#) a su, Presidente, Ministro de Salud, parlamentarios, representantes de otros ministerios (sobre todo Finanzas, Aduanas o Agricultura) y otros funcionarios del gobierno.

Ejemplos de objetivos de las reuniones con funcionarios gubernamentales

- Tenga reuniones cara a cara con 5 a 10 personas en puestos clave de su Gobierno. Recuerde que otros ministerios, además del Ministerio de Salud, estarán involucrados en la implementación del CMCT, así que es importante contactar tantos como sea posible.
- Envíe cartas a 5-10 funcionarios gubernamentales y legisladores con quienes no podrá reunirse.
- Involucre a otras ONG, incluyendo a miembros de NATT, para tomar acciones más eficaces.
- Involucre a los medios de comunicación locales para ilustrar al público sobre el Día Mundial Sin Tabaco y sobre las interferencias de la industria tabacalera en las políticas de salud pública, y para presionar a los funcionarios gubernamentales.
- Capacite e impulse a los funcionarios a fin de implementar leyes firmes para el control del tabaco.
- Haga que lo vean como un experto sobre el control del tabaco y sobre las interferencias de la industria con los legisladores y los gobiernos.

Preparación de las reuniones con funcionarios gubernamentales

- Haga solicitudes concretas a los legisladores (por ejemplo, aprobar una prohibición integral de PPP o implementar medidas de transparencia y de seguridad en contra de los conflictos de intereses).
- Decida con qué funcionarios públicos y legisladores desea reunirse.
- Llame a las oficinas del gobierno para concertar las reuniones. ¡Insista y no acepte un "no" por respuesta!
- Haga programas para cada reunión.
- Comuníquese con ONG nacionales e internacionales para que asistan a sus reuniones.
- Involucre a los medios de comunicación (las instrucciones se encuentran a continuación).

Cómo involucrar a los medios de comunicación en las reuniones de gobierno

- Emita un [aviso de prensa](#) 5 días antes de las reuniones para asegurarse de que los servicios de noticias locales sepan sobre las reuniones/eventos. El comunicado debe informarles sobre el quién, qué, dónde, cuándo y el porqué de las reuniones.
- Haga un seguimiento con los periodistas interesados para entregarles la información que necesiten para escribir un artículo sobre las interferencias de la industria del tabaco en las políticas de salud pública, el CMCT y sus reuniones.
- Emita un [comunicado de prensa](#) que coincida con sus reuniones.
- Genere cartas al editor o editoriales de distintos periódicos del país, en donde resalte sus reuniones.

Materiales necesarios para las reuniones con funcionarios gubernamentales

- Material disponible en la [página web del Día Mundial Sin Tabaco](#)
- Hoja informativa sobre [las prohibiciones de PPP](#) y el [Artículo 5.3](#)
- Panfleto sobre su organización
- Su información de contacto o tarjeta de presentación
- *Opcional:* Cartas/peticiones dirigidas a quienes toman las decisiones para que tomen medidas
- *Opcional:* Artículos periodísticos persuasivos que muestren el problema
- *Opcional:* Comunicado de prensa para involucrar a los medios en las reuniones con los funcionarios gubernamentales

i. PROGRAMA DE EJEMPLO PARA UNA REUNIÓN DE PARTICIPACIÓN

1. Presentaciones y repaso del programa

- Preséntese y describa brevemente el trabajo de su organización.
- Describa el Día Mundial Sin Tabaco 2013: su evento y las acciones alrededor del mundo.
- Pregúnteles sobre su papel y responsabilidades relacionadas con el CMCT y con las políticas nacionales de control del tabaco.
- Repase los temas principales que desea cubrir en la reunión y pregunte si alguien más tiene algo que decir.

2. Descripción general de la pandemia del tabaquismo, el CMCT y el Artículo 13

- ¿Cuánto saben sobre el costo humano del tabaco? ¿Creen que el control del tabaco es una prioridad importante en su país? ¿Por qué sí o por qué no?
- ¿Qué tanto apoyan el CMCT? ¿Que artículos se están implementando actualmente?
- Utilice los puntos a tratar (que se incluirán con los materiales de la prensa) para abordar el CMCT, las prohibiciones de PPP y las interferencias de la industria.

3. Los peligros de las interferencias de la industria del tabaco en las políticas de salud pública, específicamente las prohibiciones de PPP

- ¿La industria del tabaco o sus representantes se han comunicado con ellos para hablar sobre el CMCT? ¿Saben quiénes son los funcionarios con quienes se comunicaron? Si es así, ¿qué corporación de tabaco u organización de fachada, y qué fue lo que dijeron?
- Dé ejemplos sobre los intentos de la industria del tabaco para influenciar las políticas sanitarias en su país. Para obtener una lista de tácticas, consulte la hoja informativa sobre la PPP y los antecedentes sobre cada región (se incluirán con los materiales de la prensa).

4. La solución: (dependiendo de su solicitud específica)

1) Aprobar prohibiciones integrales de PPP

- ¿Conocen el Artículo 13 del CMCT?
- Haga su solicitud (por ejemplo, "Les urgimos que aprueben e implementen totalmente una prohibición integral de la publicidad, la promoción y el patrocinio de productos de tabaco, de acuerdo con el Artículo 13 del CMCT").
- Entregue peticiones u otras manifestaciones de apoyo público.
- Proporcione material complementario de la OMS y Corporate Accountability Internacional/NATT.

2) Proteger las políticas de salud pública de las interferencias de la industria tabacalera

- ¿Conocen el Artículo 5,3 del CMCT?
 - Haga su solicitud (por ejemplo, "Le urgimos implementar totalmente el Artículo 5.3 y sus directrices").
 - Entregue peticiones u otras manifestaciones de apoyo público.
 - Proporcione material complementario de la [página web del Día Mundial Sin Tabaco](#) y de Corporate Accountability Internacional/NATT.
 - Pregúnteles si desean copias adicionales para otros funcionarios. Obtenga los nombres y la información de contacto de otras personas a quienes debe enviar los materiales.
5. La oportunidad para el futuro: Prioridades antes de la Sexta Conferencia de las Partes
- Pregunte si actualmente están involucrados con algún trabajo a favor de la conferencia de las partes.
 - Ofrezca responder a cualquier pregunta y proporcione más información.
6. Agradecimientos y cierre
- Confirme las medidas de seguimiento de una implementación nacional de la prohibición de PPP y las prioridades a favor de la conferencia de las partes.
 - Intercambio de tarjetas personales e información de contacto.

D. OBTENCIÓN DE PETICIONES PARA APOYAR SU EVENTO

Tipos de peticiones

Obtener peticiones es una gran forma de crear algo tangible que demuestra el deseo del público de detener las interferencias de la industria tabacalera en las políticas de salud pública y de implementar prohibiciones integrales de PPP, que podrá mostrar a su gobierno. Puede reunir peticiones antes de su evento de visibilidad, conferencia de prensa, reunión de participación y entregarlas a su gobierno o a medios de comunicación con el fin de demostrar visiblemente este apoyo.

- **Peticiones en papel:** En la sección de materiales adicionales de las herramientas, pronto encontrará un ejemplo de una petición para el Día Mundial Sin Tabaco. También puede adaptar el ejemplo o hacer su propia petición.
 - *Nota:* Su petición debe hacer un llamado a la acción específico para alguno de los ministerios del gobierno y siempre se debe solicitar el número telefónico de los firmantes para que más adelante pueda pedir que participen.
- **Peticiones en fotos:** Las peticiones en fotos son imágenes de personas sosteniendo carteles con el mensaje y gráficos del Día Mundial Sin Tabaco; por ejemplo, la publicidad atroz de cigarrillos dirigida a los niños en su país. Puede descargar imágenes para los carteles desde la [página web de la OMS](#) que podrá imprimir. ¡También puede crear sus propios carteles!
- **En línea:** La petición estándar del Día Mundial Sin Tabaco 2013 estará disponible con los materiales para la prensa. También puede crear su propia petición en línea, enviar el enlace a su grupo de correo electrónico y listas de servidores, y pedir a las personas que firman la petición en línea. [Comuníquese con Corporate Accountability Internacional si necesita ayuda para crear su propia petición en línea.](#)

Ejemplos de objetivos

- Reúna 1000 peticiones en línea, 500 peticiones en papel o 100 peticiones en foto.
- Llame y envíe correos electrónicos a todos los firmantes de sus peticiones para reclutar voluntarios y asistentes a su evento.
- Eduque al público sobre las interferencias de la industria del tabaco en las políticas de salud pública y sobre el estado de las leyes sobre PPP.

Preparación de los eventos de peticiones

1. **Decida qué tipo de evento de peticiones celebrar:** Puede celebrar un evento de recolección de firmas en un lugar con mucha actividad a lo largo de varios días, y utilizar muchos voluntarios, o coordinar peticiones en línea.
2. **Reclute voluntarios.** Confirme el doble de los voluntarios que necesitará ya que es normal que no todos puedan asistir el día del evento. Llame la noche anterior para confirmar su participación.

3. Elija la ubicación en un lugar de gran visibilidad con muchas personas (por ejemplo, un festival, la plaza principal, un campus universitario o un mercado).
4. Elija el momento de su evento. Elija un horario cuando haya mucha gente alrededor.
5. Contacte a otros grupos para ver si desean participar.
6. Dé a conocer el evento mediante carteles y afiches en el área.
7. Reúna los materiales. A continuación podrá ver una lista de materiales posibles. Pida ayuda a sus voluntarios.

Materiales necesarios para el evento de peticiones

- Una lista con los horarios y números de teléfono de los voluntarios
- Cámaras digitales para las peticiones con fotos, lo ideal sería una cámara por cada 2 voluntarios
- Carteles (impresos o hechos a mano) con consignas para las peticiones en fotos
- Peticiones y panfletos del Día Mundial Sin Tabaco de la OMS
- Guión de ejemplo para pedir a las personas que firmen las peticiones o que se tomen una foto
- Hoja informativa sobre las prohibiciones de PPP y sobre las interferencias de la industria tabacalera para entregar a los firmantes
- Portapapeles y bolígrafos

Ejemplo de un programa para los eventos de peticiones

1. Dé un breve, pero inspirador, mensaje a los voluntarios sobre el Día Mundial Sin Tabaco 2013 y la importancia de nuestro trabajo en el CMCT.
2. Capacite a los voluntarios sobre cómo reunir peticiones o peticiones con fotos. Practiquen entre ustedes.
3. Reúna peticiones en foto o con firmas por un determinado periodo de tiempo.
4. Acérquese a los transeúntes para tomar su foto o firmar la petición:
 - a. *Si se trata de las peticiones con fotos*: Entrégueles un cartel con el lema y tome una foto de las personas. Pregúnteles si también desean firmar la petición estándar. Entrégueles una hoja informativa.
 - b. *Si se trata de la petición estándar*: Entrégueles uno de los portapapeles con la petición y pídale que la firmen. Entrégueles una hoja informativa.
5. Después del evento, cuente el número total de fotos y firmas en papel que ha reunido y compártalas con el grupo. Asegúrese de que haya un plan para que los voluntarios le envíen sus fotos directamente por correo electrónico y también a FCTC@StopCorporateAbuse.org para que Corporate Accountability Internacional promueva su evento y lo presente como un movimiento mundial.
6. Entregue las peticiones a los funcionarios del gobierno o a ministerios adecuados durante su acción del Día Mundial Sin Tabaco. En varios casos, será el Ministerio de Salud pero también puede ser el Congreso, de acuerdo a lo que se está pidiendo. Comunique al Ministerio cuándo entregará las peticiones para que haya un funcionario

en el lugar que responda a sus preguntas y presente sus dudas. Invite a los medios de comunicación para que hagan una declaración pública sobre su llamado a la acción.

Publicidad de un evento de peticiones

1. Apunte cuántas peticiones consiguió, cuántos voluntarios acudieron al evento y por cuánto tiempo estuvieron reuniendo peticiones. Guarde esta información para sus archivos y envíela al correo electrónico FCTC@StopCorporateAbuse.org.
2. Si tiene un escáner, escanee y envíe por correo electrónico todas sus peticiones en papel, para que queden en los registros del gobierno y en los suyos propios.
3. Cargue o envíe sus fotos por correo electrónico directamente a FCTC@StopCorporateAbuse.org.

VII. APÉNDICE

A. OTROS RECURSOS EN LÍNEA

- Página de recursos de consulta de la Campaña Desafiando a las grandes tabacaleras de Corporate Accountability Internacional <http://www.stopcorporateabuse.org/resources> incluyendo:
 - Hoja informativa de Desafío a las interferencias de la industria Tabacalera de Corporate Accountability Internacional (en [inglés](#), [francés](#) y [español](#))
 - [Philip Morris International al descubierto: Informe anual alternativo](#)
 - [Guía de accionar de capacitación para los periodistas 2012](#)

- Página de recursos del Día Mundial Sin Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (publicarán panfletos, recursos técnicos y afiches cerca del Día Mundial Sin Tabaco): <http://www.who.int/tobacco/wntd/2013/en/>

- Página de recursos sobre la publicidad y promoción de la industria del tabaco de la Campaña para Niños Libres de tabaco: http://global.tobaccofreekids.org/en/resources/by_issue/advertising_promotion/

- Base de datos de leyes para el control del tabaco de la Campaña para Niños Libre de tabaco: <http://www.tobaccocontrollaws.org/>

- Tobacco Commons: www.tobaccocommons.com

- Hoja informativa de la OMS sobre PPP: http://www.who.int/tobacco/mpower/publications/en_tfi_mpower_brochure_e.pdf

B. OTROS RECURSOS ADICIONALES SE INCLUIRÁN CON LOS MATERIALES

- Infografía sobre el Día Mundial Sin Tabaco (A distribuirse **a mediados de abril**)
- Plantillas de petición para el Día Mundial Sin Tabaco (A distribuirse **en la primera semana de mayo**)
 - Ejemplo del guión que se usará durante la toma de peticiones
- Materiales de prensa del Día Mundial Sin Tabaco (A distribuirse **en la primera semana de mayo**)
 - Antecedentes sobre cada región
 - Herramientas para redes sociales
 - Puntos a tratar
 - Plantilla del comunicado de prensa
 - Guión estándar y telefónico para confirmar a los periodistas
 - Lista de fotos y tomas específicas a la acción (informando sobre la estructura y las expectativas)

- Hoja informativa sobre las interferencias de la industria del tabaco en las prohibiciones de PPP (A distribuirse durante **la primera semana de mayo**)

C. CONSEJOS PARA GENERAR ATENCIÓN EN LOS MEDIOS

Sobre los periodistas:

- Los periodistas son personas muy ocupadas con muchas demandas de atención y tiempo, pero siempre buscan buenas historias, entonces si comunica bien su historia, hay una alta posibilidad de generar un artículo.
- Llame tantos periodistas como sea posible en su área. Haga una lista con sus números de teléfono y mantenga un archivo de con quién ha ya se ha comunicado y cuál es su interés. Recuerde los puntos abajo.
- La mayoría de los periodistas tienen plazos para entregar sus artículos a sus editores por la tarde, entonces es mejor llamarlos por la mañana. Dejar un mensaje suele no funcionar, pero sea persistente y siga llamando.
- Haga llamadas antes de su evento. Los horarios de los periodistas están llenos, por eso necesitan saber de las cosas con anticipación. Intente al menos dos veces: primera vez una semana antes del evento para que puedan programarlo en sus calendarios, y otra vez uno o dos días antes del evento para solicitar que asistan.
- Tenga una declaración preparada para los periodistas. No llame antes de que sepa lo que va a decir. Escríbalo. Esto le va a enfocar. Empiece con los puntos más interesantes para los medios a fin de engancharles. Sea breve.
- Pregúnteles cuales temas cubren, si no lo sabe. Si no cubren su tema, pregúntales si están interesados o si conocen un periodista que cubre el tema.
- Si no tiene una respuesta a una pregunta, sea claro y dígalos. Ofrezca verificar la información que buscan.
- Si un periodista le llame, pida sus plazos. Si no tiene la información a la mano, dígame que le puede llamar más tarde con la información, pero preste atención a sus plazos.
- Si un periodista escribe una nota sobre su evento, asegúrese de darle las gracias. Si hay inexactitudes, llámele para hacer la corrección.
- Seguir con ellos. Se debe llamar a cada periodista que asista su evento después que se termine. Ofrezca proveerles con información adicional o una entrevista y pregúnteles si van a escribir una nota. Llame también los periodistas que estaban interesados pero no asistieron el evento. Quizás todavía estén interesados y si puede descríbalos el evento.
- Carpetas de prensa. Traiga carpetas para los periodistas con el comunicado de prensa, biografías breves de los voceros, artículos de los periódicos que mencionan el CMCT o su organización. Las carpetas deben ser ordenadas y profesionales y no demasiado llenas de insertos.

Sobre las entrevistas con los medios:

- Identifíquese y provea una breve descripción de su organización.
- Sepa exactamente lo que quiere decir. Elabore una lista priorizada de los puntos que quiere enfatizar. Mantenga su enfoque.
- Sea breve y claro. Haga su punto y pare. Entre más información se proporcione a los periodistas, más control tienen sobre lo que se va a citar, ya la vez más posibilidad de perder el enfoque. Su cita sólo va a ser parte del artículo, entonces diga lo que quiera que se cubra.
- Sea animado y enérgico. Convoque el entusiasmo de la campaña!
- Si no sabe la respuesta a una pregunta, dígalos y ofrezca encontrar la información.

D. Preguntas frecuentes:

Dónde se puede encontrar los datos de la oficina regional de la OMS?

Es disponible aquí. Si todavía tiene problemas en encontrarla, contáctenos.

La industria está demandando a mi país por la implementación del CMCT. ¿Qué debemos hacer de manera diferente?

Primero, comuníquese con la oficina regional de la OMS para informarles de la situación. Recientemente, la OMS ha empezado a apoyar a los gobiernos ofreciendo documentos e informes legales a estas demandas agresivas e injustas. También se debe considerar contactar al consorcio legal internacional de Campaign for Tobacco Free Kids. Finalmente, si la industria está demandando a su gobierno, sus funcionarios entenderán aún más íntimamente la necesidad urgente de implementar salvaguardas contra la interferencia de la industria tabacalera y de buscar el apoyo de la sociedad civil. Use esta oportunidad para exponer las tácticas de intimidación de la industria y para construir el apoyo público en pos de la implementación del CMCT.

Mi país tiene un acuerdo con la industria tabacalera. ¿Qué hacemos?

El primer paso para eliminar estos acuerdos problemáticos con la industria que están en contra del Artículo 5.3 y sus directrices, es exponer el acuerdo. Las directrices del artículo 5.3 dicen claramente que las partes deben “rechazar las alianzas y acuerdos no jurídicamente aplicables con la industria tabacalera.” Se puede denunciar el acuerdo públicamente en una rueda de prensa en el DMST, utilizando el acuerdo como un ejemplo de la interferencia de la industria. Si su país ha ratificado el CMCT. Utilice las directrices del Artículo 5.3 como una herramienta para hacer lobby a su gobierno para poner fin al acuerdo.

Los funcionarios de gobierno de mi país no están dispuestos a pasar una ley integral implementando el artículo 5.3 y sus directrices. ¿Que hacemos?

Haga más investigación sobre cuales artículos del CMCT ya se han implementado y cuales artículos están pendientes. Muchas veces, se puede añadir o incluir ciertas medidas para acompañar otras políticas del control del tabaco. Por ejemplo, Australia y Nueva Zelanda han establecido las medidas que limitan las interacciones entre las tabacaleras y las actividades gubernamentales, y puesto en marcha medidas de transparencia.

E. Datos del comité directivo de NATT:

Asha Parivar (India)

Bobby Ramakant

bobbyramakant@yahoo.com

Consumer Information Network (Kenya)

Samuel Ochieng

cinfkenya@yahoo.com

Corporate Accountability International (US)

NATT Chair

John Stewart

jstewart@stopcorporateabuse.org

Corporate Accountability International,

América Latina (Colombia)

Yul Francisco Dorado

ydorado@stopcorporateabuse.org

Environmental Rights Action/Friends of the Earth (Nigeria)

Akinbode Oluwafemi and Philip Jakpor

bodeolufemi@gmail.com and

philitorium@yahoo.com

HealthJustice Philippines

Irene Patricia Reyes

irenepatricia_reyes@yahoo.com

Vision for Alternative Development (Ghana)

Labram Musah

labrammusah@valdghana.org

Zambia Consumer Association

Muyunda Ililonga

bomuyunda@gmail.com

F. INFORMÁNDONOS DE LA INTERFERENCIA DE LA INDUSTRIA

Es importante suponer que la industria tabacalera estará presente en su evento del DMST para recaudar información o interferirlo. Una buena manera de reaccionar es pedir que salgan cualquier representante de la industria tabacalera – Las grandes tabacaleras toman cualquier oportunidad para desviar el progreso del CMCT, y juntos podemos parar esto. Si tiene información específica de la interferencia de la industria en la implementación del CMCT, expóngalo en los medios y por favor envíe la información a nosotros utilizando este formulario de Google:

<https://docs.google.com/a/stopcorporateabuse.org/spreadsheet/viewform?formkey=dGtETE9UN3Z1U25XT3FpY25fYm9fWHc6MQ>.