

## Acciones de la industria tabacalera en el marco del COVID 19 en Argentina

### Introducción

La pandemia de COVID-19 que se originó a finales de 2019 se ha extendido rápidamente a nivel global<sup>1</sup>. En Argentina, se declaró el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) el 19 de marzo de 2020<sup>2</sup>.

El COVID-19 es una enfermedad viral que afecta a los pulmones y que puede ser grave y mortal. En este sentido, se ha identificado al consumo de tabaco como factor de riesgo asociado, vinculado a enfermedades no transmisibles como respiratorias, cardiovasculares, entre otras<sup>3</sup>. Por eso, la Organización Mundial de la Salud (OMS) alertó que los fumadores tienen más probabilidades de enfermar y de desarrollar síntomas graves en caso de padecer COVID-19, en comparación con los no fumadores. Además, se duplica el riesgo de muerte respecto de los no fumadores y, por otro lado, el acto de fumar aumenta la posibilidad de transmisión del virus<sup>4 5 6 7 8 9</sup>.

Se ha demostrado que, en situaciones de desastres globales, la industria tabacalera (IT) despliega un conjunto de acciones para promover una imagen positiva y la actual pandemia no es la excepción<sup>10</sup>. Tanto a nivel regional como local se detectaron distintas estrategias de la industria<sup>11</sup>. En Argentina, se han identificado diversas tácticas de marketing para fomentar el consumo aún en contexto de ASPO: acciones de lobby, de responsabilidad social empresarial (RSE) y difusión de información en los medios de comunicación<sup>12</sup>. Estas acciones, que han sido

denominadas como "lavado de crisis" (es decir, desarrolladas para limpiar su imagen), son parte de una estrategia que busca mostrar a la industria tabacalera como comprometida socialmente, cuando en realidad sus productos de tabaco nocivos para la salud matan a la mitad de los consumidores<sup>13 14</sup>.

### Objetivo y metodología

El objetivo de esta investigación fue realizar un estudio descriptivo de las acciones desplegadas por la industria tabacalera en Argentina en el marco de la pandemia del COVID-19, incluidas aquellas acciones dirigidas a grupos de fachada como los kiosqueros. De esta forma se buscó desnaturalizar sus estrategias corporativas en el país. El período abarcado fue de marzo a julio de 2020.

Para ello se llevaron a cabo las siguientes actividades: a) un monitoreo de sitios web de marcas de cigarrillos ([www.marlboro.com.ar](http://www.marlboro.com.ar), [www.miphilipmorris.com.ar](http://www.miphilipmorris.com.ar), [www.luckystrike.com.ar](http://www.luckystrike.com.ar) y [www.soychesterfield.com](http://www.soychesterfield.com)) y de redes sociales de distribuidoras de cigarrillos; b) se seleccionaron y analizaron 30 notas periodísticas en buscadores de internet a través de una serie de palabras claves (nombres de las empresas; "responsabilidad social empresarial"; "kiosqueros"; "pandemia"; "COVID-19"; entre otras). Se prestó especial atención a los medios de comunicación ubicados en las regiones tabacaleras ya que FIC Argentina ha detectado en otros estudios la importancia que los medios locales

brindan a los programas de RSE de las tabacaleras<sup>15</sup>; c) se realizó una encuesta telefónica a 78 kiosqueros de la Ciudad de Buenos Aires para profundizar sobre actitudes, percepciones y relación comercial con la IT en el contexto descripto.

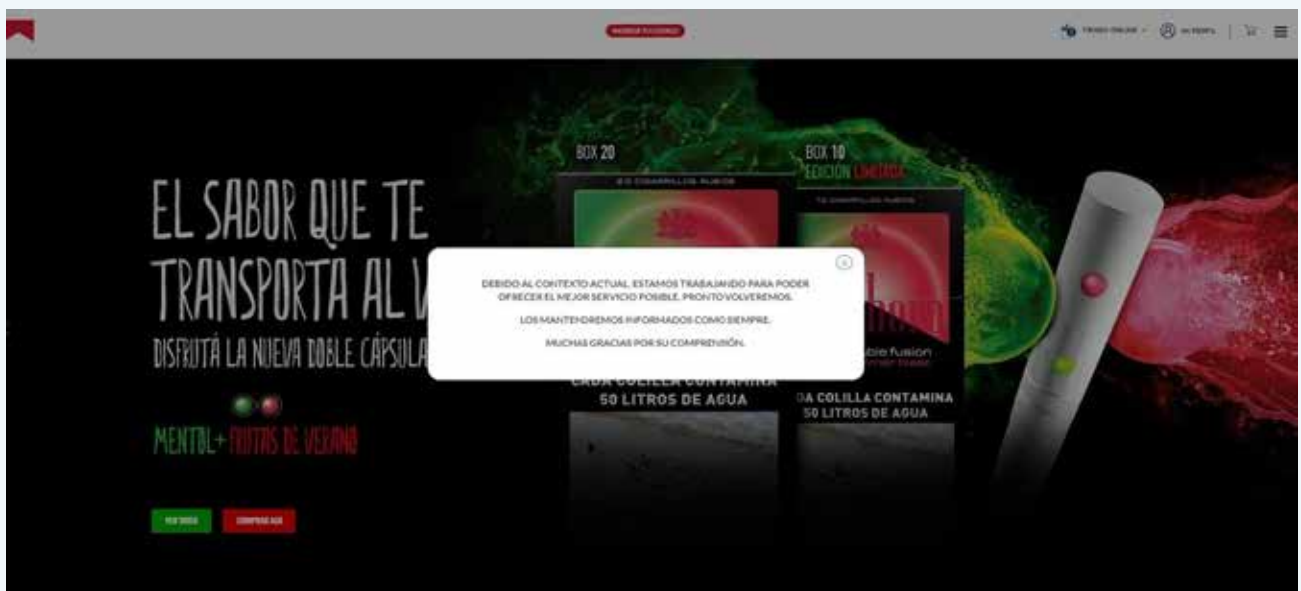
## Estrategias de la industria tabacalera durante la pandemia

Se ha detectado que la industria tabacalera ha desarrollado las siguientes estrategias durante el ASPO vinculado al COVID-19 en Argentina: marketing, lobby, acciones de responsabilidad social empresaria y difusión de información en los medios de comunicación ligada al desarrollo de posibles tratamientos y vacunas contra la enfermedad. (ver gráfico 1)

### ► 1. Marketing

Durante la cuarentena, la industria tabacalera continuó publicitando sus productos, tanto a través de correo electrónico como en los sitios web de marcas. Los avisos apuntaron a mantener la comunicación con los consumidores aún en pandemia y, además de la promoción de productos, se observaron referencias al COVID-19 y la recomendación de “quedarse en casa”. A su vez, también se identificó la presencia de mensajes destinados a incentivar otros formatos de compra virtual a través de sus plataformas de venta y aplicaciones móviles. (ver imagen 1, 2, 3 y 4).

Imagen 1. Sitio web Marlboro, Philip Morris International.



[www.marlboro.com.ar](http://www.marlboro.com.ar), (Visto mayo 2020).

Imagen 2 y 3. Correo electrónico de Philip Morris.

¿No ves nada weird (sorprendente)? ¡¡¡¡¡ click aquí!!!



**Esperamos que estés llevando bien la cuarentena.**

Desde que empezó, y por disposición de las autoridades nacionales, nosotros no estamos produciendo cigarrillos. Esta situación hizo que ya no estemos pudiendo abastecer a nuestro canal de distribución, y por eso, es muy probable que no encuentres tus Philip Morris donde los conseguías habitualmente.

**Lamentamos los inconvenientes. Estamos haciendo todo lo posible para cumplir con vos, como lo hicimos siempre.**

Porque nos elegís y honramos esa elección, confiamos en poder traerte mejores noticias pronto.

**Quedate en casa.**

ESTA COMUNICACIÓN ESTÁ DIRIGIDA EXCLUSIVAMENTE A FUMADORES MAYORES DE 18 AÑOS QUE EXPRESAMENTE ACEPTARON RECIBIR COMUNICACIONES DIRECTAS.

**FUMAR CAUSA  
MÁS DE 50  
ENFERMEDADES  
MORTALES**



**FUMAR TE CAUSA  
LEUCEMIA**

Al abrir este correo otorgo mi consentimiento fehaciente, previo, e informado de forma libre y expresa en los términos y condiciones de privacidad de Philip Morris.



**EN TIEMPOS DE QUEDARSE EN CASA...**

Te ofrecemos una alternativa más para que puedas conseguir tus Philip Morris **desde la comodidad de tu hogar y al mejor precio.**

Aprovechá para pedir tus cigarrillos, pagalos con tarjeta y recibilos sin complicaciones y sin salir de tu casa.

**cigarrillos  
online**

**IR A LA TIENDA ONLINE**

ESTA COMUNICACIÓN ESTÁ DIRIGIDA EXCLUSIVAMENTE A FUMADORES MAYORES DE 18 AÑOS QUE EXPRESAMENTE ACEPTARON RECIBIR COMUNICACIONES DIRECTAS.

**FUMAR CAUSA  
MÁS DE 50  
ENFERMEDADES  
MORTALES**

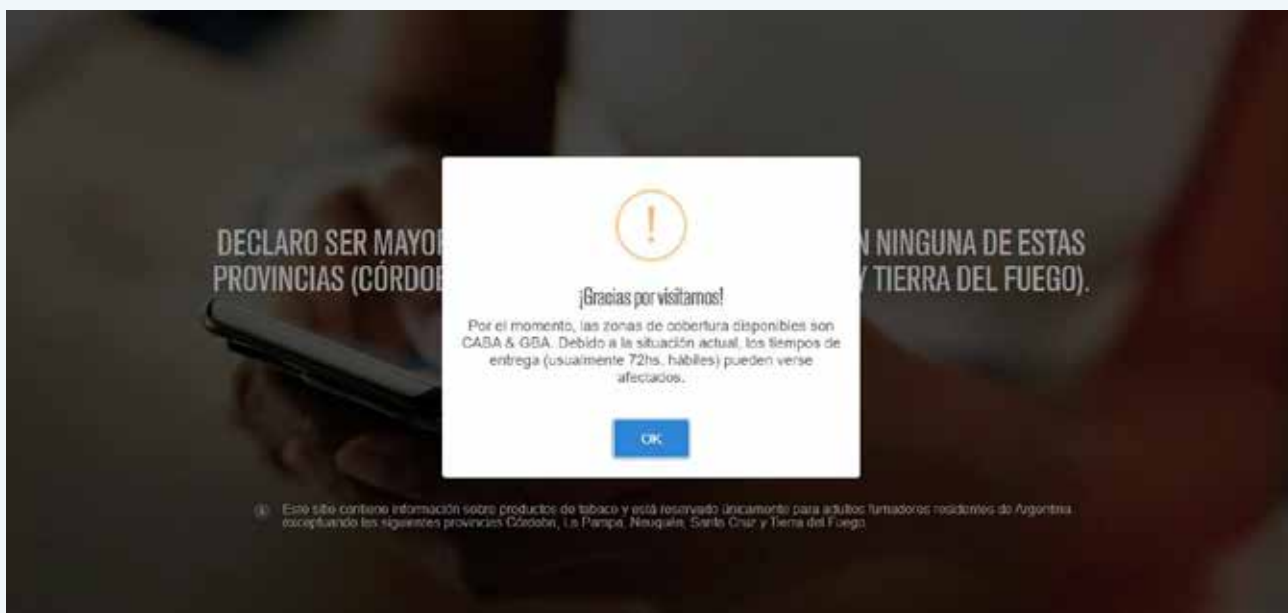


**FUMAR TE CAUSA  
LEUCEMIA**

Al abrir este correo otorgo mi consentimiento fehaciente, previo, e informado de forma libre y expresa en los términos y condiciones de privacidad de Philip Morris.

Mensaje enviado por correo electrónico (Visto mayo y junio de 2020).

Imagen 4. Venta de cigarrillos en formato online.



[www.cigarrillosonline.com](http://www.cigarrillosonline.com) , (Philip Morris) (Visto junio 2020).

## ► 2. Lobby

La declaración de la cuarentena en Argentina implicó el cierre de las fábricas de cigarrillos y el consiguiente impacto en la cadena de distribución de estos productos hacia los puntos de venta. Por ese motivo, la industria tabacalera y otros actores de la cadena de valor (kiosqueros, productores, distribuidores) presionaron para lograr la excepción de la actividad al ASPO para volver a producir y abastecer a los puntos de venta.

Buscaron incidir en la opinión pública a través de notas periodísticas que contaban con el testimonio de grupos de fachada como la Unión de Kiosqueros de la República Argentina, la Federación Argentina de Kiosqueros, entre otros. Además, desarrollaron acciones de lobby enviando cartas a decisores políticos. Por ejemplo, se enviaron cartas al Presidente de la Nación (Federación Argentina de Kiosqueros),

cartas al Jefe de Gabinete de la Nación y a autoridades provinciales y de CABA (UKRA), cartas al Ministro de Desarrollo Productivo de la Nación (UKRA y Cámara de Distribuidores de Tabaco). Además, la Federación Argentina de Productores de Tabaco y la Cámara de la Industria del Tabaco enviaron notas a los Ministros de Economía, Agricultura y Desarrollo Productivo de la Nación<sup>16 17 18</sup>. En estas cartas se plantearon los siguientes argumentos: los cigarrillos como producto esencial<sup>19 20</sup>, el desabastecimiento de mercadería para vender<sup>21</sup>, el aumento desmedido de precios de cigarrillos<sup>22</sup>, el incremento del comercio ilícito que impacta en la disminución de la recaudación por parte del Estado<sup>23</sup>, la pérdida de fuentes de trabajo y el impacto negativo en las provincias tabacaleras<sup>24</sup>, entre otros. (ver imagen 5 y 6)

Imagen 7 y 8. Notas publicadas en los medios.



*Profesional, (26 de abril de 2020).*



*El Cronista, (8 de Abril de 2020).*

Por otra parte, FIC Argentina desarrolló una encuesta a kiosqueros para conocer la situación respecto a la comercialización de cigarrillos durante la primera etapa de la cuarentena, cuando las fábricas de cigarrillos estaban cerradas (entre el 20 de marzo y el 10 de mayo de 2020). Fueron encuestados 78 kiosqueros de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).

Se pudo conocer, por un lado, que hubo un aumento de precios en la compra de cigarrillos de aproximadamente 10%, que fue trasladado al precio de venta. Además, se detectó que la primera etapa de la cuarentena implicó un desabastecimiento de stock de cigarrillos. Ante la escasez planteada por los kiosqueros, principalmente de marcas premium como Marlboro, Philip Morris y Lucky Strike, las empresas ofrecieron segundas marcas como Chesterfield saborizados y marcas baratas como Red Point. Para acceder a las marcas premium, los kiosqueros debían comprar un combo surtido (que incluía cartones con paquetes de segundas marcas).

La encuesta indicó además que el comportamiento de los consumidores se modificó: el 88% de los kiosqueros encuestados indicó que se compraron otras marcas, especialmente cigarrillos de segundas marcas y marcas baratas; y el 57% de los kiosqueros refirió que se compraron otros productos de tabaco (el 80% adquirió tabaco para armar). Por otra parte, el 16% de los vendedores que cuentan con otros canales de venta como aplicaciones de entrega a domicilio, mercadolibre, entre otros, mencionaron que hubo un aumento de su funcionamiento durante este período.

A su vez, se detectó que la IT desplegó acciones de lobby apuntando a establecer alianzas con los kiosqueros. El 41% de los kiosqueros recibió información por parte de las tabacaleras durante el primer período de cuarentena. En tal sentido, el 41% mencionaron que las tabacaleras promovieron un tipo de cigarrillo específico (los saborizados), el 12% de los encuestados mencionaron que la industria solicitó apoyo por parte de los kiosqueros para la habilitación de la producción y el 9% planteó



que recibieron información para el desarrollo de un protocolo sanitario en los puntos de venta. La información de la industria les llegó a partir de la aplicación “Go OPen” de Massalin Particulares (PMI). De esta forma PMI mantiene un contacto directo con los kiosqueros que compran en distribuidoras específicas. (ver imagen 7)

Imagen 5 y 6. Notas publicadas en los medios.



<https://ar.pmiopen.com/s/login/>

Por otra parte, a partir del monitoreo de sitios web, se pudo conocer que las distribuidoras de cigarrillos desarrollaron acciones de lobby a través de sus canales de comunicación para solicitar el reinicio de las actividades (ver imagen 8)



Instagram de distribuidora

### ► 3. Responsabilidad social empresarial (RSE)

La IT ha desarrollado acciones de RSE durante la pandemia en regiones tabacaleras de Argentina. Philip Morris International junto a Asociación Conciencia desplegaron programas (como Porvenir y Somos Capaces) con el fin mantener el contacto con familias de regiones tabacaleras y organizaciones públicas y privadas<sup>26 27</sup>. El trabajo entre Massalin Particulares (PMI) y la Asociación Conciencia es una articulación sólida y sostenida, en donde las acciones que realizan sobre prevención del trabajo infantil y

En este marco, el 10 de mayo el Gobierno Nacional autorizó la actividad y el protocolo sanitario para que varias industrias, entre ellas la tabacalera, vuelvan a producir, catalogándolas como una de las actividades incluidas dentro de las “nuevas excepciones al aislamiento social preventivo y obligatorio”.<sup>25</sup>

el acompañamiento a productores es parte de un programa de PMI llamado “Step Change”<sup>28</sup>.

En el marco de esta alianza, han trabajado principalmente para promover la educación, evitar el trabajo infantil y asistir a familias vulnerables y hospitales de regiones tabacaleras (ver Imagen 9). En cuanto a su contacto con organizaciones públicas y privadas han desarrollado una Jornada virtual en el Día mundial contra el trabajo infantil (12 de junio) y el impacto de la post pandemia en la problemática del trabajo infantil y adolescente (ver Imagen 10). De esta jornada, participaron referentes de la Comisión

Nacional Para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI, Ministerio De Trabajo); Comisión Provincial Para la erradicación del Trabajo Infantil de Misiones, Salta, Jujuy y Buenos Aires (COPRETI); el Registro Nacional de Trabajadores Rurales y Empleadores (RENATRE) y sus delegaciones provinciales de Salta, Misiones y Jujuy; la Secretaria Nacional de la Niñez, Adolescencia y Familia (SENNAF); el Ministerio de Educación de Jujuy y de Misiones;

las Ministras de Desarrollo Social de Salta y Misiones; las Ministras de Trabajo, Agricultura Familiar y Desarrollo Social de Misiones; la Organización Internacional del Trabajo Argentina; la Superintendencia de riesgos del trabajo; la Unión Argentina de Trabajadores Rurales y Estibadores (UATRE); organizaciones tabacaleras de Misiones, Salta y Jujuy y Massalin Particulares, entre otros.

**Imagen 9 y 10.** Acciones de responsabilidad social empresaria.



*Jujuy al día (junio de 2020).*



*Jujuy al día (junio de 2020).*

#### ► 4. Difusión de información en los medios de comunicación

Durante el período comprendido en el monitoreo, la industria difundió información ante los medios de comunicación con el fin de generar una imagen positiva, tanto de las empresas tabacaleras como de sus productos. De esta manera, la industria busca influir en la agenda pública y posicionarse como parte de la solución al problema sanitario<sup>29</sup>.

Entre la información difundida se detectó, por un lado, el desarrollo de una vacuna contra el COVID-19.<sup>30 31</sup> (ver imagen 11). Por otro lado, se difundió un estudio francés que sugería que la nicotina tendría un efecto protector en el nuevo coronavirus<sup>32 33</sup>(ver imagen 12). El autor principal del artículo contaba con antecedentes de haber sido financiado por la industria tabacalera en investigaciones similares, situación que consta en los documentos internos de la IT.<sup>34 35</sup>

Imagen 11 y 12. Información sanitaria difundida por la industria tabacalera.



Infobae (15 de mayo, 2020).



La Nación (22 de Abril, 2020)



## Reflexiones finales

Esta investigación evidencia las estrategias desarrolladas por la industria tabacalera en momentos de pandemia de COVID-19 en Argentina. A través de dichas acciones las empresas buscaron mejorar su imagen, influir sobre la opinión pública e interferir en el avance de las políticas de control de tabaco. De esta forma la industria tabacalera apunta a "restaurar la aceptabilidad social del tabaquismo", a mostrarse comprometida con la sociedad y ser parte de la solución en problemáticas de salud pública. Sin embargo, es necesario destacar que las tabacaleras, durante décadas y en forma encubierta, han rechazado los avances en salud pública, en particular aquellos vinculados al control de tabaco. En este sentido, ha sido demostrado que el negocio de venta de

tabaco es irreconciliable con la protección de la salud pública.

Es por ello que el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT), tratado internacional de la Organización Mundial de la Salud, recomienda a los Estados prohibir toda forma de marketing de productos de tabaco, incluyendo las acciones de RSE ya que son mecanismos utilizados para promover y naturalizar el consumo de tabaco y mejorar la imagen pública de la industria. Si bien Argentina no ha ratificado el CMCT, ha sancionado la Ley Nacional N° 26.687 que prohíbe parcialmente la publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco, con excepción del interior de los puntos de venta, las publicaciones comerciales para el sector tabacalero y las comunicaciones directas a mayores de 18 años.<sup>36</sup>

### A partir de esto se recomienda:

- Avanzar en políticas de modificación de la Ley Nacional de Control de Tabaco, a fin de prohibir de forma completa la publicidad, promoción, patrocinio y exhibición de productos de tabaco, incluyendo el empaquetado plano y las acciones de RSE de la industria tabacalera. Esta normativa integral debe contar con un sistema de fiscalización y control de cumplimiento eficaz por parte del Estado.
- Fortalecer las medidas de transparencia y conflicto de interés en todos los niveles gubernamentales que conforman el Estado nacional y provincial.
- Ratificar el Convenio Marco de Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud.

---

## Referencias

- 1 World Health Organization. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19—11 March 2020. Geneva, Switzerland: World Health Organization; 2020.  
<https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19—11-march-2020>
- 2 Decreto 297/2020 Aislamiento social, preventivo y obligatorio, 19 de marzo de 2020. Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>
- 3 Jordan R, Adab P, Cheng K, Covid-19: risk factors for severe disease and death, *BMJ*, 2020, 268. Disponible en <https://www.bmj.com/content/368/bmj.m1198>
- 4 OMS, Declaración de la OMS: consumo de tabaco y COVID-19, 2020 Disponible en <https://www.who.int/news-room/detail/11-05-2020-who-statement-tobacco-use-and-covid-19>
- 5 World Health Organization, Tobacco and COVID-19, 2020  
<https://www.who.int/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-on-smoking-and-covid-19>
- 6 Guan WJ, Ni ZY, Hu Y, et al. Clinical characteristics of coronavirus disease 2019 in China. *N Engl J Med*. 2020;2020(382):1708–1720. doi:10.1056/NEJMoa2002032 Disponible en <https://tiny.co/dtT6G>
- 7 Patanavanich R, Glantz SA. Smoking is Associated with COVID-19 Progression: A Meta-Analysis [published online ahead of print, 2020 May 13]. *Nicotine Tob Res*. 2020; ntaa082. doi:10.1093/ntr/ntaa082
- 8 Shi Y, Yu X, Zhao H, Wang H, Zhao R, Sheng J. Host susceptibility to severe COVID-19 and establishment of a host risk score: findings of 487 cases outside Wuhan. *Crit Care*. 2020;24(1):108, Disponible en <https://ccforum.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13054-020-2833-7>
- 9 Vardavas CI, Nikitara K. COVID-19 and smoking: A systematic review of the evidence. *Tob Induc Dis*. 2020;18:20. Published 2020 Mar 20. doi:10.18332/tid/119324 Disponible en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7083240/>
- 10 Philip Morris International, Integrated Report 2019, 2020 Disponible en <https://pmidotcom3-prd.s3.amazonaws.com/docs/default-source/sustainability-reports-and-policies/pmi-integrated-report-2019.pdf>
- 11 Salud Justa Mexico, Desenmascarando a la Industria Tabacalera en América Latina, Como intensifica sus estrategias de comercialización en tiempos de la COVID-19. 2020, Disponible en [https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2020/07/2007\\_Reportel\\_Regional\\_T.pdf](https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2020/07/2007_Reportel_Regional_T.pdf)
- 12 Takeapart, The tobacco industry is exploiting the Covid 19 crisis, 2020, Disponible en <https://www.takeapart.org/campaigns/covid-19-activities/>
- 13 Tobacco Tactics, University of Bath, COVID-19, 2020, Disponible en <https://tobaccotactics.org/wiki/covid-19/>
- 14 Carroll AB. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*. 1999; 38(3): p. 268-295.
- 15 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. doi:10.1016/j.ypmed.2016.05.033
- 16 El Independiente, “Kiosqueros y tabacaleras advierten que se termina el stock de cigarrillos”, 19 de junio de 2020. Disponible en <https://www.elindependiente.com.ar/pagina.php?id=240655>
- 17 Diario online “Sin Mordaza”, “Esta semana podrían terminarse todos los cigarrillos”; 4 de mayo de 2020. Disponible en <https://sinmordaza.com/noticia/18976-esta-semana-podrian-terminarse-todos-los-cigarrillos.html>
- 18 Infokioscos, “Cuarentena: los kioscos sin cigarrillos”, 7 de abril de 2020. Disponible en <https://infokioscos.com.ar/108265/cuarentena-los-kioscos-sin-cigarrillos.html>
- 19 El tribuno, “Cigarrillos y bebidas alcohólicas sin stock”, 20 de abril de 2020. Disponible en <https://www.tribuno.com/jujuy/nota/2020-4-26-17-21-0-cigarrillos-y-bebidas-alcoholicas-sin-stock>.
- 20 El Cronista, Los kiosqueros le escribieron una carta a Alberto con dos pedidos claves: cuáles son, 8 de abril de 2020. Disponible en <https://www.cronista.com/apertura-negocio/empresas/Los-kiosqueros-le-escribieron-una-carta-a-Alberto-con-dos-pedidos-claves-cuales-son-20200408-0006.html>;
- 21 Iprofesional, Cigarrillos, sin stock por cuarentena 26 de abril de 2020 Disponible en <https://www.iprofesional.com/actualidad/314725-cigarrillos-en-cuarentena-piden-importacin>
- 22 Página 12, En una semana no hay más cigarrillos, 6 de mayo de 2020 Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/264064-en-una-semana-no-hay-mas-cigarrillos>
- 23 Primera edición, “No es puro humo: en pocos días no habría más cigarrillos”, 5 de mayo de 2020 Disponible en <https://www.primeraedicion.com.ar/nota/100271005/no-es-puro-humo-en-pocos-dias-no-habria-mas-cigarrillos/>
- 24 La voz, Afirman que con la falta de cigarrillos se incrementarán las violaciones de la cuarentena. 24 de abril de 2020. Disponible en <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/afirman-que-con-falta-de-cigarrillos-se-incrementaran-violaciones-de-cuarentena>

- 
- 25 Boletín Oficial; Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio, Decreto 459/2020. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/228958/20200511>
- 26 El programa Porvenir NOA reorienta sus acciones para acompañar a las familias tabacaleras durante la pandemia Jujuy al día, 28 de junio 2020, Disponible en <https://www.jujuyaldia.com.ar/2020/06/28/el-programa-porvenir-noa-reorienta-sus-acciones-para-acompanar-a-las-familias-tabacaleras-durante-la-pandemia/>
- 27 Trabajo Infantil: Referentes compartieron una jornada de reflexión virtual Mas producción, sin fecha Disponible en <http://masproduccion.com/trabajo-infantil-referentes-compartieron-una-jornada-de-reflexion-virtual/>
- 28 Philip Morris Internatival, Integrated Report 2019, 2020 Disponible en <https://pmidotcom3-prd.s3.amazonaws.com/docs/default-source/sustainability-reports-and-policies/pmi-integrated-report-2019.pdf>
- 29 A. Ralph, WHO warns on tobacco industry role in vaccine, The Australian, April 2020, accessed April 2020
- 30 Glaxo y Medicago se unen en la fabricación de una vacuna para el coronavirus, Perfil, 7 Julio de 2020. Disponible en <https://www.perfil.com/noticias/reperfil/bc-glaxo-y-medicago-se-unen-en-vacuna-para-covid-basada-en-plantas.phtml>
- 31 British American Tobacco anuncia que potencial vacuna COVID-19 está lista para pruebas en humanos Infobae (15 de mayo, 2020) Disponible en <https://www.infobae.com/america/agencias/2020/05/15/british-american-tobacco-anuncia-que-potencial-vacuna-covid-19-esta-lista-para-pruebas-en-humanos-2/>
- 32 Changeux, J.P. et al, A nicotinic hypothesis for Covid-19 with preventive and therapeutic implications, Qeios, Abril de 2020 <https://www.qeios.com/read/article/581>
- 33 Coronavirus: investigan en Francia si la nicotina es capaz de frenar el covid-19 <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/coronavirus-investigacion-francia-si-nicotina-es-capaz-nid2357054>
- 34 Según una nota publicada en Le Monde en 2012 [https://www.lemonde.fr/sciences/article/2012/05/31/gue.rre-du-tabac-la-bataille-de-la-nicotine\\_1710837\\_1650684.html](https://www.lemonde.fr/sciences/article/2012/05/31/gue.rre-du-tabac-la-bataille-de-la-nicotine_1710837_1650684.html)
- 35 Kabbani N, Woll MP, Levenson R, Lindstrom JM, Changeux JP. Intracellular complexes of the beta2 subunit of the nicotinic acetylcholine receptor in brain identified by proteomics. Proc Natl Acad Sci U S A. 2007;104(51):20570-20575. doi:10.1073/pnas.0710314104
- 36 Coalición Argentina de Control del Tabaco, Hacia una prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco en Argentina: una medida efectiva para luchar contra el tabaquismo, Buenos Aires, septiembre de 2019. Disponible en [https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2019/09/Documento\\_Informativo\\_PPP.pdf](https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2019/09/Documento_Informativo_PPP.pdf)