



LA INDUSTRIA TABAQUERA TE ATRAPA JOVEN

PROHIBICIÓN TOTAL DE LA
PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y
PATROCINIO DEL TABACO

DÍA MUNDIAL SIN TABACO, 31 DE MAYO

www.who.int/tobacco/wntd



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD
Y CONSUMO



Organización
Mundial de la Salud



www.who.int/tobacco/mpower

LA INDUSTRIA TABAQUERA TE ATRAPA JOVEN



PROHIBICIÓN TOTAL DE LA PUBLICIDAD,
PROMOCIÓN Y PATROCINIO DEL TABACO

JUVENTUD LIBRE DE TABACO

DÍA MUNDIAL SIN TABACO, 31 DE MAYO

www.who.int/tobacco/wntd



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD
Y CONSUMO



Organización
Mundial de la Salud



¿POR QUÉ LA INDUSTRIA TABAQUERA NECESITA CAPTAR CHICAS Y CHICOS ADOLESCENTES Y JÓVENES?

- Para que la industria tabaquera pueda sobrevivir, necesita “atrapar” nuevos clientes que reemplacen a quienes han muerto o dejado de fumar, y debe hacerlo cuando son jóvenes.
- La mayoría de las personas comienza a fumar antes de los 18 años y casi una cuarta parte empieza antes de los 10 años.
- Cuanto más pequeños sean las niñas y niños en su primer contacto con el tabaco, más probable es que se vuelvan fumadores y menos probable es que puedan dejar de fumar.

¿POR QUÉ LA PUBLICIDAD, LA PROMOCIÓN Y EL PATROCINIO DE LAS EMPRESAS TABAQUERAS SON UNA AMENAZA PARA LA JUVENTUD?

- Cuanto más expuesta está la juventud a la publicidad del tabaco, más probable es que empiecen a fumar. La industria tabaquera asocia falsamente el uso de sus productos con cualidades deseables como el glamour, el poder y el atractivo sexual, así como con actividades y aventuras fascinantes.
- La publicidad generalizada de los productos del tabaco hace que fumar parezca “normal”. Muestra al tabaco como un producto más de consumo, lo que dificulta que la juventud comprenda los riesgos que entraña fumar.
- La juventud subestima el riesgo de hacerse adicto a la nicotina y sus graves consecuencias para la salud.

¿POR QUÉ ES NECESARIA LA PROHIBICIÓN TOTAL DE LA PUBLICIDAD, LA PROMOCIÓN Y EL PATROCINIO?

- La industria tabaquera gasta miles de millones de dólares cada año para ampliar al máximo posible su red de comercialización y así captar a clientes jóvenes. Intenta atraer a la juventud en los entornos y medios que frecuentan: cines, internet, revistas de moda, conciertos, eventos deportivos...

- La industria tabaquera usa tácticas cada vez más imaginativas para aumentar la venta de sus productos. Los anuncios en carteleras, en revistas y en internet comprenden sólo una parte de la compleja red de promoción del tabaco. La industria también consigue que sus productos sean muy visibles en las películas, en la televisión y en el mundo de la moda. Las empresas tabaqueras patrocinan competiciones deportivas y espectáculos, regalan artículos con sus marcas y organizan numerosas actividades de promoción con el fin de ganar clientes y conservarlos.
- Sólo la prohibición total puede romper la red de promoción del tabaco. La industria ha ideado numerosas formas de abordar a la juventud y las prohibiciones parciales solo consiguen que las empresas utilicen sus grandes recursos modificando sus tácticas promocionales.

¿ESTÁ ESPECIALMENTE EN RIESGO LA JUVENTUD DE LOS PAÍSES EN DESARROLLO? ¿QUÉ SUCEDE CON LAS NIÑAS Y LAS MUJERES JÓVENES?

- Más de 80% de los 1.800 millones de jóvenes del mundo (entre los 10 y los 24 años de edad) viven en países en desarrollo y son el blanco de las agresivas campañas publicitarias de la industria tabaquera. Cuatro de cada cinco adolescentes que viven en los países en desarrollo manifiestan que recientemente han visto publicidad a favor del tabaco.
- La industria tabaquera se dirige específicamente a las mujeres jóvenes mediante la publicidad, la promoción y el patrocinio. Sus estrategias de promoción, cuidadosamente investigadas, animan a las niñas y las mujeres jóvenes a fumar, y debilitan la oposición cultural a esta práctica en los países donde las mujeres tradicionalmente no fuman.
- El aumento del consumo de los productos de tabaco en las niñas y las mujeres jóvenes es uno de los fenómenos más alarmantes de la epidemia mundial del tabaquismo.

¿ES LA PROHIBICIÓN TOTAL DE LA PUBLICIDAD LA ÚNICA MANERA DE PROTEGER A LA JUVENTUD DEL TABAQUISMO?

- La prohibición de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco es un instrumento importante para proteger a la juventud, y es una de las seis medidas “MPOWER”(*) de la Organización Mundial de la Salud para combatir el tabaquismo, la principal causa evitable de muerte en el mundo.
- Las seis medidas “MPOWER” posibilitan a los países proteger a su juventud de una epidemia que podría matar hasta mil millones de personas en este siglo.

(*) MPOWER: acrónimo en inglés de las seis medidas claves para el control del tabaco

Monitor= Monitorizar el consumo de tabaco y las políticas de prevención

Protect= Proteger a la población del aire contaminado por el humo de tabaco

Offer= Ofrecer ayuda para dejar de fumar

Warn= Advertir sobre los peligros del tabaco

Enforce= Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco

Raise= Aumentar los impuestos al tabaco