

ROMPAMOS
LA RED QUE PROMOCIONA
EL TABACO

LA INDUSTRIA TABACALERA TE ATRAPA JOVEN

PROHIBIR, TOTALMENTE LA PUBLICIDAD,
PROMOCIÓN Y PATROCINIO DEL TABACO

DÍA MUNDIAL SIN TABACO, 31 DE MAYO
www.paho.org/tabaco



LA INDUSTRIA TABACALERA TE ATRAPA JOVEN

ROMPAMOS
LA RED QUE PROMOCIONA
EL TABACO

PROHIBIR, TOTALMENTE LA PUBLICIDAD,
PROMOCIÓN Y PATROCINIO DEL TABACO

JUVENTUD LIBRE DE TABACO

DÍA MUNDIAL SIN TABACO, 31 DE MAYO
www.paho.org/tabaco



ROMPAMOS
LA RED QUE PROMOCIONA
EL TABACO

¿POR QUÉ LA INDUSTRIA TABACALERA NECESITA ATRAER A LOS ADOLESCENTES Y A LOS ADULTOS JOVENES?

- Para que la industria tabacalera 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 la gente comienza a fumar antes de los 18 años y casi una cuarta parte empieza antes de los 10.
- Cuanto más pequeños son los niños cuando intentan fumar por primera vez, 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 TABACALERAS SON UNA AMENAZA PARA LOS JOVENES?

- Cuanto más expuestos están los jóvenes a la publicidad de cigarrillos, más probable es que empiecen a fumar. La industria tabacalera asocia falsamente el uso de sus productos con cualidades envidiables como el encanto, la energía y el atractivo sexual, al igual que con actividades y aventuras apasionantes.
- La publicidad generalizada de los productos del tabaco hace que fumar parezca "normal". Se muestra a los cigarrillos como si fueran un producto de consumo cualquiera, lo cual dificulta que los jóvenes comprendan los riesgos que extraña fumar.
- Los jóvenes subestiman el riesgo de volverse adictos a la nicotina y las trágicas consecuencias para la salud que puede acarrear esta adicción.

¿POR QUÉ NECESITAMOS UNA PROHIBICIÓN TOTAL DE LA PUBLICIDAD, LA PROMOCIÓN Y EL PATROCINIO?

- La industria tabacalera gasta miles de millones de dólares cada año para ampliar al máximo posible su red de comercialización y así atraer a clientes jóvenes. Apunta a los jóvenes en ambiente divertidos y familiares, en los cines, en la internet, en las revistas de moda, y en recitales de música y competiciones deportivas.

- La industria tabacalera usa tácticas cada vez más imaginativas para aumentar la venta de sus productos. Los anuncios en cartelera, en revistas y en Internet comprenden sólo una parte de la compleja red mercadotécnica del tabaco. La industria también consigue que sus productos sean sumamente visibles en las películas, en la televisión y en el mundo de la moda. Las empresas tabacaleras patrocinan competiciones deportivas y espectáculos, regalan objetos con sus marcas y organizan muchas actividades populares de promoción con la finalidad de ganar clientes y conservarlos.
- Sólo la prohibición total puede quebrar la red de comercialización del cigarrillo y los productos afines. La industria tiene muchas maneras de abordar a los jóvenes y las prohibiciones parciales solo consiguen que las empresas traspasen sus vastos recursos de una táctica promocional a otra.

¿LA JUVENTUD DEL MUNDO EN DESARROLLO ESTA ESPECIALMENTE EN RIESGO? ¿QUÉ SUCEDE CON LAS NIÑAS Y LAS MUJERES JOVENES?

- 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 intensivas campañas publicitarias de la industria tabacalera. Cuatro de cada cinco adolescentes que viven en los países en desarrollo dicen que recientemente han visto publicidad a favor del cigarrillo.
- La industria tabacalera pone en la mira específicamente a las mujeres jóvenes mediante la publicidad, la promoción y el patrocinio. Las estrategias mercadotécnicas cuidadosamente investigadas que emplean alientan a las niñas y las mujeres jóvenes a fumar, y procuran debilitar la oposición cultural a esta tendencia en los países donde las mujeres tradicionalmente no lo hacen.
- El aumento del consumo de cigarrillos en las niñas y las mujeres jóvenes es uno de los acontecimientos más alarmantes de la epidemia mundial del tabaquismo.

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

- Una prohibición de la publicidad, la promoción y el patrocinio de las empresas tabacaleras es una herramienta potente para proteger a los jóvenes, además de ser una de las seis estrategias que promueve la Organización Mundial de la Salud dentro de un paquete de medidas "MPOWER" (*) para combatir el tabaquismo, la principal causa evitable de muerte en el mundo actual.
- Estas seis estrategias de la Organización Mundial de la Salud permiten a los países proteger a los jóvenes de una epidemia que podría cobrarse la vida de hasta mil millones de personas en este siglo.

(*) MPOWER: acrónimo en inglés para las seis medidas claves para el control del tabaco. Monitor: Monitoreo del uso de tabaco y de las políticas de prevención. Protect: Proteger a la población del humo de tabaco ajeno. 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.