

31 de mayo

Día Mundial sin Tabaco



“DESENMASCAREMOS SU ATRACTIVO”

El **tabaquismo es una enfermedad crónica adictiva**, así queda codificada en la CIE-11, en el capítulo de los Trastornos debidos al consumo de sustancias o comportamientos adictivos

La pandemia del tabaquismo **mata cada año a más de 8 millones de personas**. De cada cuatro consumidores regulares de tabaco, dos morirán como consecuencia de las enfermedades que produce, y uno de forma prematura. Es un grave problema de salud que ocasiona daños a la sociedad, a la familia y al individuo.

La **Encuesta sobre Alcohol y otras Drogas en España (EDADES)** de 2024 realizada en población de 15 a 64 años, refleja **que 6 de cada 10 personas han fumado tabaco alguna vez en su vida**; siendo la segunda sustancia más consumida por la población española, después del alcohol. En los últimos años **el consumo diario de tabaco** ha experimentado un **descenso en términos generales** respecto a cifras previas gracias a las medidas de control adoptadas a nivel nacional. Un 36,8% de población ha fumado en el último año, siendo el consumo mayor en hombres (40,9%) que en mujeres (32,7%). Un 25,8% de la población consume diariamente tabaco, más los hombres que las mujeres con independencia de la edad de los individuos. El grupo de edad que más fuma es el de 45 a 54 años (29,4%) seguido del de 25 a 34 años (26,9%). Entre la población joven de 14 a 18 años, un 33,4% prefiere fumar tabaco y un 28,6% informa consumir cannabis.

La **edad media de inicio al consumo de tabaco se sitúa en torno a los 14 años**, según la encuesta dirigida a población juvenil (ESTUDES)

El uso de cigarrillos electrónicos está aumentando en jóvenes y constituye una vía de iniciación al consumo de tabaco. La población adolescente que ha probado los cigarrillos electrónicos asciende a un 46% más las chicas (48,1%) que los chicos (43,8%), a su vez un 55,8% la población adolescente que consumen cigarrillos electrónicos ha consumido tabaco.

En relación al **Día Mundial sin Tabaco**, la **industria** trata sistemáticamente de encontrar maneras de hacer que estos productos sean atractivos y añade sabores y otros agentes que modifican el olor, el gusto o la apariencia de esos productos. Estos aditivos están concebidos para enmascarar la aspereza del tabaco y, de este modo, mejorar su palatabilidad, pensando sobre todo en la juventud. Las principales tácticas de la industria son:

- Estrategias de comercialización basadas en el glamour: se utilizan, con fines estratégicos, diseños elegantes, colores llamativos y sabores atractivos para captar a un grupo demográfico más joven, en particular a través de los medios digitales.

31 de mayo

Día Mundial sin Tabaco



“DESENMASCAREMOS SU ATRACTIVO”

- Diseños engañosos: algunos productos imitan dulces, golosinas e incluso a personajes de dibujos animados, artículos que a los niños les resultan naturalmente atractivos.
- Refrigerantes y aditivos: gracias a estos productos, la experiencia puede resultar más agradable, lo que aumenta la probabilidad de un uso continuo y reduce las posibilidades de dejar de fumar.

Los objetivos para la campaña de este año son:

- **Promover cambios en materia de políticas:** medidas para prohibir los aromas y los aditivos que realzan el atractivo de estos productos; la prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco, también en las plataformas digitales, la regulación del diseño de los productos y de sus envases para que resulten menos atractivos.
- **Reducir la demanda:** Destapar estas tácticas tiene como objetivo reducir la demanda, en especial entre los jóvenes, lo que en última instancia disminuirá su exposición a los productos de tabaco y nicotina.
- **Crear conciencia:** informar al público sobre las tácticas a las que recurre la industria para manipular el aspecto y el atractivo de los productos de tabaco y nicotina.

¡¡Que todos los días del año sean Días Mundiales sin Tabaco!!

Autores:

Raúl de Simón Gutiérrez. Coordinador nacional del grupo de Tabaquismo de SEMERGEN.

José-Luis Díaz-Maroto Muñoz. Responsable de comunicación del grupo de Tabaquismo de SEMERGEN