

### El tabaco hace daño

Por eso es importante que tenga una regulación rigurosa. El tabaco en nuestro país es en la actualidad la primera causa aislada de enfermedad evitable, invalidez y muerte prematura. Cada año, más de 56.000 personas mueren prematuramente en nuestro país debido al consumo de tabaco, la mitad

**Nuestra sociedad dispone de medidas legislativas protectoras que regulan severamente la publicidad de determinados productos de venta legal por los riesgos que conllevan. Por ejemplo: los medicamentos, las armas, los productos químicos tóxicos de uso industrial, etc.**

**El tabaco es la única sustancia, altamente dañina para la salud humana, de la que en España se puede hacer promoción, incluyendo la publicidad y la práctica de patrocinio.**

han perdido una media de 20 años de vida. Muchas más personas y familias ven seriamente disminuida la calidad de los años vividos, también a causa del uso del tabaco.

Y aunque todos los españoles sabemos que el tabaco hace mucho daño, la situación se mantiene debido al negocio que representa para unas pocas empresas que realizan grandes inversiones económicas cada año para mantener su consumo, y debido a la naturaleza adictiva de la nicotina que, una vez se inicia el consumo, hace enormemente difícil dejar de fumar.

### La publicidad de tabaco influye en el consumo

Cada día dejan de fumar muchas personas: unos al fallecer precozmente por culpa del tabaco, otros preocupados por sus efectos

futuros. Para mantener su negocio, la industria tabaquera necesita reclutar cada día como mínimo un volumen equivalente de nuevos fumadores. Apenas hay adultos que empiecen hoy a fumar: son los menores de edad, de 13 a 17 años, los que lo hacen, de forma muy irracional, identificando la experimentación con el tabaco con el hacerse mayores. La publicidad refuerza este proceso, al presentar el fumar como algo normal entre los adultos, y vincular el tabaco a los valores juveniles. Si la industria tabaquera invierte las sumas que dedica a la publicidad es por que es crucial para mantener su negocio, a costa de la salud.

### ¿Para quién se hace la publicidad de tabaco?

Está comprobado que la industria tabaquera concentra sus esfuerzos publicitarios en los menores. Esta publicidad se presenta con un tipo de discurso que se nutre de elementos como el cine, la música... Estos mensajes van ligados al deseo de sortear prohibiciones explotando conceptos como sexo, triunfo, glamour, nihilismo y rebelión, como también a los deportes de aventura y competición.

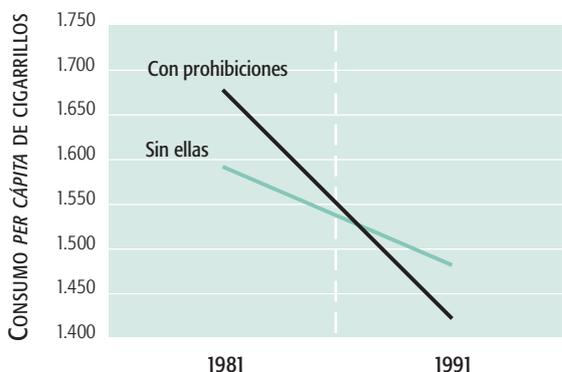
**Para mantener su negocio el mercado de tabaco necesita captar cada día 480 nuevos clientes entre los niños, niñas, y adolescentes españoles.**

**Para sustituir a las personas que dejan de fumar y a las que mueren prematuramente por causa del consumo de tabaco, en España, la industria del tabaco necesita reclutar más de 175.000 nuevos clientes al año para asegurarse sus actuales beneficios.**

### Hace falta una regulación rigurosa

Hace falta regular los productos de tabaco, su comercio, su promoción, y su consumo, en defensa de bienes públicos como la salud de la población y la protección de la infancia y la juventud. En países como Noruega, Finlandia, Nueva Zelanda y Francia la prohibición completa de la publicidad del tabaco y sus marcas ha ido seguida de una disminución del consumo de tabaco entre los adolescentes. Esto reafirma la eficacia de la regulación de la publicidad para liberar las actitudes, creencias y conductas de los jóvenes de su presión.

Ejemplo de cómo actúan las prohibiciones generales amplias reduciendo el consumo de cigarrillos. Tendencias del consumo ponderado per cápita de cigarrillos en países con prohibiciones amplias y países sin ellas



Nota: Este análisis cubre 102 países, con prohibiciones generales amplias de la publicidad del tabaco y sin ellas, en relación con los datos sobre el consumo per cápita de cigarrillos en adultos de 15 a 64 años, ponderados según la población, entre 1980-1982 y 1990-1990. El punto de partida del consumo de cigarrillos de los países con prohibiciones generales amplias fue mayor que en los países sin prohibiciones, pero al final del período presentan tasas de consumo inferiores. El cambio se debe a la mayor proporción del descenso del consumo en el grupo con prohibición.

Fuente: Saffer H. *The Control of Tobacco Advertising and Promotion*. En: *Tobacco Control Policies in Developing Countries*. Eds. P. Jha y F. Chaloupa. New York: Oxford University Press, 2000.

### La actual regulación española es insuficiente

Las restricciones referidas a los contenidos de los anuncios de tabaco en España son hoy escasas e ineficaces. Tan sólo se ha eliminado la publicidad de la TV y las publicaciones infantiles. La mayoría de las publicaciones más leídas por la población de 14 a 24 años de edad van dirigidas al conjunto de la población (Muy Interesante, Canal +, Quo, Cosmopolitan, Hola, etc...), y éstas son precisamente las revistas en las que la industria del tabaco gasta más dinero en España, como muestra un reciente estudio de la UICC. Algunas Comunidades Autónomas han prohibido la publicidad en publicidad exterior (vallas, mobiliario urbano, etc.) pero la industria sorteja esta regulación con anuncios que son publicidad indirecta de las mismas marcas, o mediante el patrocinio de actividades deportivas o musicales (Equipo Fortuna, Full Music Fortuna, Gran Premio Marlboro, etc.). Las radio-fórmulas, emisoras de máxima audiencia adolescente, emiten constantemente publicidad de tabaco.



España es actualmente el país más desregulado de E

## No podemos dejar indefensos a nuestros menores

Los poderes públicos tienen el mandato constitucional de proteger la salud de la población, y especialmente la de los menores (art. 39-43-51 de la Constitución). No se puede seguir dejando a los más jóvenes indefensos ante las campañas millonarias de promoción del tabaco: tenemos una obligación y una responsabilidad hacia ellos. Hay que actuar con una regulación rigurosa y efectiva, similar a la de los países de nuestro entorno.

## La propuesta del CNPT

Necesitamos una iniciativa legislativa amplia e inmediata para proteger a nuestros menores. Este tema afecta a la salud pública y a nuestros hijos, que son el futuro de nuestro país. Salta por encima de las barreras políticas, y debe ser posible abordarlo de forma consensuada. Por ello proponemos:

1. La prohibición de toda publicidad directa e indirecta del tabaco y sus marcas.
2. La prohibición de la distribución gratuita de todo tipo de productos cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto de tabaco.
3. La prohibición del patrocinio de marcas de los productos de tabaco en cualquier evento.

Estas restricciones han de cubrir todos los medios y soportes. El Estado deberá velar para que existan los medios adecuados y

El inicio y mantenimiento del consumo de tabaco no son actos de libertad.

La publicidad asocia el tabaco a símbolos de:

- liberación
- rebeldía
- inicio y simulación de la vida adulta
- señas de madurez
- capacidad de seducción y éxito sexual
- rendimiento deportivo
- sociabilidad
- desinhibición

Estos valores responden a las necesidades del proceso de transición propio de la adolescencia.

La mitad de los adolescentes que ahora inicien el consumo de tabaco y no logren dejarlo, morirá por causa del tabaco.



ed already



Europa, en cuanto a publicidad y patrocinio de tabaco



# Atención **TABACO**

y publicidad en España

## Para el CNPT, su opinión política, CUENTA

Por favor, remítanos su posición respecto a las siguientes cuestiones:

Ante las próximas convocatorias electorales, desde mi partido:

1. Trabajaré para promover que en 2005, nuestro país disponga de una ley que prohíba todo tipo de publicidad directa e indirecta de marcas de tabaco.  SI  NO
2. Trabajaré para promover que en 2005, nuestro país disponga de una ley que prohíba la distribución gratuita de todo tipo de productos cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de marcas o productos de tabaco.  SI  NO
3. Trabajaré para promover que en 2005, nuestro país disponga de una ley que prohíba todo tipo de patrocinio por parte de marcas o productos de tabaco, de cualquier evento, actividad cultural, lúdica, musical, social o deportiva.  SI  NO
4. Trabajaré para promover que en 2005, nuestro país disponga de una ley que incluya todas estas restricciones en todos los medios de comunicación social (televisión, radio, prensa, cine, revistas, Internet, telefonía móvil, u otros medios de comunicación que puedan aparecer en el futuro).  SI  NO
5. Trabajaré para promover que en 2005, nuestro país disponga de una ley que asegure que el gobierno español prevea y disponga los medios adecuados y eficaces para garantizar la aplicación de las anteriores medidas.  SI  NO

Nombre y apellidos: .....

Partido político: .....

Institución: .....

Puede remitir su respuesta al CNPT, mediante fax, correo electrónico, o correo postal dirigido a:

CNPT. Fuencarral, 18 -1ºD. 28004 Madrid

Tel. 91 522 99 75 ▪ Fax 91 522 99 79 ▪ Correo electrónico: [smmfyc@medynet.com](mailto:smmfyc@medynet.com)

Los profesionales que integramos el CNPT, le agradecemos su respuesta, la daremos a conocer a la opinión pública española, y la tendremos en cuenta ante convocatorias electorales futuras.



ASOCIACIÓN DE EDUCACIÓN PARA LA SALUD ▪ ASOCIACIÓN DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE HIPERTENSIÓN ARTERIAL Y LIGA ESPAÑOLA PARA LA LUCHA CONTRA LA HIPERTENSIÓN ARTERIAL ▪ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER ▪ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ENFERMERÍA DOCENTE ▪ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ESPECIALISTAS EN MEDICINA DEL TRABAJO ▪ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PEDIATRÍA ▪ ASOCIACIÓN FARMACÉUTICOS COMUNITARIOS ▪ AZAHAR ▪ ASOCIACIÓN VALENCIANA PARA LA PREVENCIÓN, CONTROL Y TRATAMIENTO DEL TABAQUISMO ▪ CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE PROMOCIÓN DE LA SALUD ▪ CONSEJO GENERAL DEL COLEGIO DE ODONTÓLOGOS Y ESTOMATÓLOGOS ▪ EDEX ▪ ESCUELA ANDALUZA DE SALUD PÚBLICA ▪ FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE ENFERMERÍA COMUNITARIA Y ATENCIÓN PRIMARIA ▪ FUNDACIÓN CIENTÍFICA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER ▪ FUNDACIÓN PARA LA EDUCACIÓN PÚBLICA Y LA FORMACIÓN ONCOLÓGICA CONTINUADA ▪ SOCIDROGALCOHOL ▪ SOCIEDAD CASTELLANO LEONESA CÁNTABRA DE NEUMOLOGÍA Y CIRUGÍA TORÁCICA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ALERGOLOGÍA E INMUNOLOGÍA CLÍNICA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ARTERIOSCLEROSIS ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CARDIOLOGÍA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE EPIDEMIOLOGÍA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ESPECIALISTAS EN TABAQUISMO ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE GERIATRÍA Y GERONTOLOGÍA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE GINECOLOGÍA Y OBSTETRICIA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA FAMILIAR Y COMUNITARIA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA INTERNA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA RURAL Y GENERALISTA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE NEUMOLOGÍA Y CIRUGÍA TORÁCICA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE OTORRINOLARINGOLOGÍA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PSIQUIATRÍA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE SALUD PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN SANITARIA ▪ SOCIEDAD ESPAÑOLA DE TOXICOMANÍAS ▪ SOCIETAT CATALANA PER A LA PREVENCIÓ DEL TABAQUISME