

**LA INDUSTRIA DEL
TABACO NO QUIERE
QUE LO DEJES.**



31 MAYO
Día Mundial
Sin Tabaco

**A menos que
actuemos,
el tabaco
matará hasta
8 millones
de personas
en 2030**



Sin duda una de las industrias más poderosas, influyentes y acaudaladas del mundo es la industria tabaquera. Pero su indiscutible preponderancia en la cultura y las costumbres de millones de personas no ha dejado de decaer en los últimos años. El hábito de fumar se ha ido desterrando poco a poco. Las campañas a favor de la salud, las prohibiciones crecientes de fumar en determinados recintos, la caída de determinados mitos e imágenes asociadas al tabaco y, sobre todo, la verdad sobre algunas prácticas poco o nada éticas de las empresas vinculadas a este sector, han abierto los ojos a muchas personas. Las cifras de fumadores activos siguen bajando, pero aún no es suficiente. La epidemia mundial de tabaquismo aún mata a cerca de 6 millones de personas cada año, de las cuales más de 600.000 son no fumadores expuestos al humo de tabaco ajeno. A menos que actuemos, el tabaco matará hasta 8 millones de personas en 2030, de las cuales más del 80% vivirá en países de bajos y medianos ingresos.

Como cada 31 de mayo volvemos a insistir en nuestra propuesta: deja de fumar. Esta batalla en la que, poco a poco, vamos ganando algún terreno a la nicotina, el alquitrán y el cáncer, se enfrenta a la reacción cada vez más virulenta de la industria tabaquera, nada dispuesta a dejarse arrinconar. Esta es la razón por la que la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha seleccionado la “interferencia de la industria del tabaco”, como el tema del Día Mundial sin Tabaco de 2012. La campaña se centrará en la necesidad de denunciar y contrarrestar los intentos descarados y cada vez más agresivos de la industria tabacalera para socavar el Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT OMS), debido a los graves peligros que suponen para la salud pública.

Contar la verdad, la verdad sin filtro y sin paños calientes, será la mejor manera de poner coto a los abusos y a las prácticas agresivas de las empresas, dirigidas

a debilitar las acciones de los países que están decididos a hacer cumplir plenamente el CMCT de la OMS.

Por ejemplo, en un intento por frenar la adopción de las advertencias sanitarias gráficas en los paquetes de tabaco, la industria ha adoptado recientemente la nueva táctica: demandar a los países en base a tratados bilaterales de inversión, alegando que las advertencias afectan a los intentos de las empresas de usar sus marcas legalmente registradas.

Mientras tanto, los intentos de la industria para socavar el tratado continúa en otros frentes, en particular con respecto a los intentos de los países para prohibir fumar en lugares públicos cerrados y de prohibir la publicidad del tabaco, promoción y patrocinio.

El Día Mundial Sin Tabaco 2012, tiene como meta educar a los responsables políticos y al público en general acerca de las tácticas nefastas y perjudiciales de la industria tabacalera.

EL COMPROMISO DE LA OMS



El Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT OMS), es sin duda el enemigo a batir por la industria del tabaco. El contenido de este documento deja muy claro el compromiso que adquieren los países que se han unido al convenio. En el preámbulo del tratado se reconoce **“la necesidad de mantener la vigilancia ante cualquier intento de la industria del tabaco de socavar o desvirtuar las actividades de control del tabaco y la necesidad de estar informados de las actividades de la industria del tabaco que afecten negativamente a las actividades de control del tabaco”**.

Las medidas puestas en marcha por los países que se han sumado al CMCT tratan de reforzar el compromiso de la OMS para restringir el consumo de tabaco y a poner coto a las prácticas abusivas de las empresas.

- Precio y medidas fiscales para reducir la demanda de tabaco
- Medidas distintas de los precios para reducir la demanda de tabaco; en concreto:
 - Protección contra la exposición al humo del tabaco
 - Reglamentación del contenido de los productos de tabaco
 - Reglamentación de la información divulgada por los productos de tabaco
 - Empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco
 - Educación, comunicación, formación y sensibilización pública
 - Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco
 - Medidas de reducción de la demanda concernientes a la dependencia y cese del tabaco

Las disposiciones fundamentales del CMCT OMS por lo que respecta a la reducción del suministro están contenidas en los Artículos 15-17:

- Comercio ilícito de productos de tabaco
- Ventas a y por menores
- Prestación de apoyo para actividades alternativas económicamente viables

En el Día Mundial Sin Tabaco 2012, y durante todo el año siguiente, la OMS insta a los países a **situar la lucha contra la interferencia de la industria tabacalera en el centro de sus esfuerzos para controlar la epidemia mundial de tabaquismo**.

DOCUMENTO DE LA OMS DÍA MUNDIAL SIN TABACO

<http://www.who.int/tobacco/wntd/2012/announcement/es/index.html>

Existe la necesidad de mantener la vigilancia ante cualquier intento de la industria del tabaco de socavar las actividades de control de tabaco



LA ESTRATEGIA DEL ENGAÑO

España es uno de los últimos países de Europa en aplicar las normas limitadoras de consumo y publicidad del tabaco



El paso del tiempo ha reforzado la capacidad de los Estados para limitar el consumo de tabaco, pero también ha servido para que las grandes empresas busquen “atajos” o simples engaños para burlar las restricciones. Varios estudios y decenas de publicaciones reflejan las principales estrategias de la industria tabaquera.

- Campañas de relaciones públicas
- Compra de la opinión de especialistas para crear dudas sobre resultados de investigaciones científicas que le son adversas
- Oposición a las restricciones legislativas en materia de publicidad, la comercialización y el hecho de fumar en espacios públicos
- Intentar que el hábito tabáquico siga siendo socialmente aceptable
- Las empresas conocen y participan en la distribución de los cigarrillos por conductos ilícitos

El estudio “Estrategias de la industria del tabaco en España: grupos de presión, marketing y publicidad al servicio de un producto adictivo” publicado por Marcelo Daniel Hansen, miembro de la Unidad de Investigación Respiratoria y Ambiental del Instituto Municipal de Investigación Médica de Barcelona, señala que “La consultora Burson-Marsteller”, contratada por Philip Morris, **cita como objetivos para España** “crear un cuerpo de opinión que haga a las autoridades gubernamentales





Las grandes empresas buscan “atajos” o simples engaños para burlar las restricciones

más cautelosas en las restricciones de fumar y crear un clima social donde fumar esté anclado dentro de la sociedad a pesar de lo concerniente a la salud”.

El informe ha tenido acceso a estudios internos de las compañías tabaqueras americanas. Un memorándum de Brown & Williamson Tobacco Corporation reconoce: **“La nicotina es adictiva. Nosotros, entonces, estamos en el negocio de vender nicotina, una droga adictiva efectiva en liberar los mecanismos del estrés”.**

Las grandes empresas han tratado de bloquear y retardar la entrada en vigor de las normas limitadoras del consumo y la publicidad del tabaco. De hecho, España fue uno de los últimos países de Europa en aplicarlas. Explica Marcelo Daniel Hansen que **“la industria promovía la idea de que su objetivo era tratar de conciliar las preferencias de fumadores y no fumadores con un espíritu de cortesía, tolerancia y respeto mutuo. Las campañas estaban dirigidas a dueños de locales comerciales, sindicatos, asociaciones profesionales, encargados de la formulación de políticas, medios de comunicación, académicos y otros”.**

El panorama deja claro que el adversario a combatir tiene medios, estrategias diseñadas al detalle y ninguna intención de cambiar su trayectoria. La batalla que se plantea es dura, requiere medios, claridad de ideas y capacidad para informar sin dramatismo, pero de manera clara y contundente. Frente a la manipulación, lo mejor es la verdad.

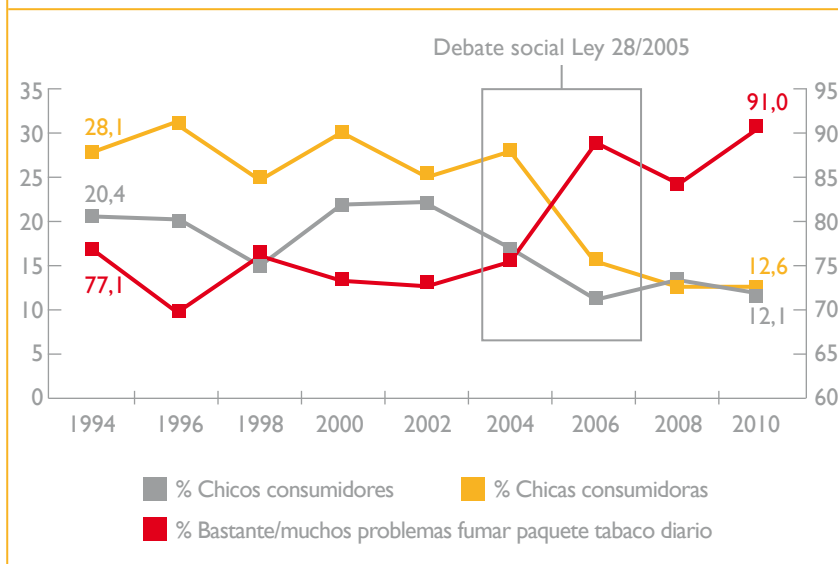
LOS DATOS DE ASTURIAS: TABACO Y JÓVENES

La Ley de prohibición de consumo de tabaco en locales de hostelería ha tenido un impacto directo en la reducción de los fumadores/as diarios



ASTURIAS: IMPACTO DE LA LEY DE PROHIBICIÓN SOBRE LAS PREVALENCIAS DE CONSUMO "DIARIO" Y EL "RIESGO PERCIBIDO" (%). ESTUDES 2010

La Ley de prohibición de consumo de tabaco en locales de hostelería ha tenido un impacto directo en la reducción de los fumadores/as diarios y el aumento de la percepción del riesgo



Las estadísticas que recoge la Encuesta Estatal sobre el uso de drogas en las enseñanzas Secundarias (ESTUDES) 2010 aporta un dato positivo que refuerza la estrategia de la OMS: la **Ley de prohibición de consumo de tabaco en locales de hostelería** ha tenido un **impacto** directo en la **reducción de los fumadores/as diarios** y el **aumento de la percepción del riesgo**.

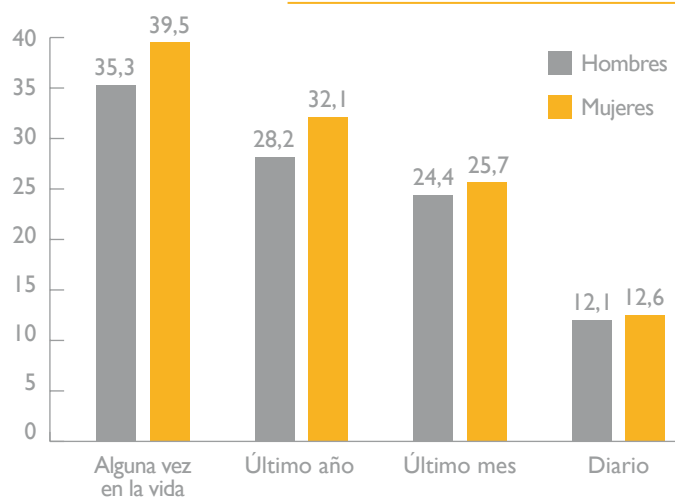
El informe revela que el descenso en el consumo de tabaco en estos tramos de edad se comenzó a hacer más patente a partir del inicio del debate público sobre la prohibición o las restricciones al consumo de tabaco. El impacto de la ley (28/2005 de 26 de diciembre), sobre la sensación de riesgo y el consumo diario fue determinante desde el año 2007 con una reducción paulatina de los fumadores que se ha venido manteniendo hasta la fecha.

Tal vez por ello, Asturias tiene una **proporción de fumadores jóvenes algo más baja** que el resto de España con un número de chicas fumadoras más alto que el de chicos en todas las tipologías de consumo.



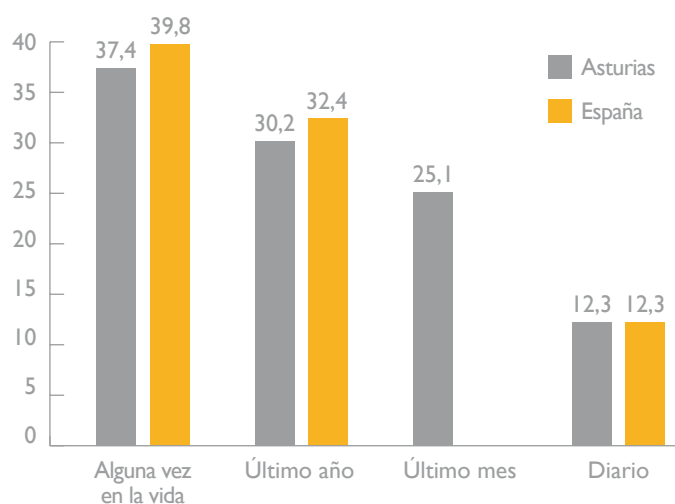
ASTURIAS: PREVALENCIAS DE CONSUMO SEGÚN SEXO Y TIPOLOGÍA DE CONSUMO. ASTURIAS, ESTUDES 2010

La proporción de chicas consumidoras de tabaco es mayor que la de chicos, en todas las tipologías de consumo



TABACO: COMPARATIVA ASTURIAS-ESPAÑA DE DIFERENTES TIPOLOGÍAS DE CONSUMO. ESTUDES, 2010

La proporción de jóvenes consumidores de tabaco es ligeramente más baja en Asturias en todas las tipologías de consumo



- Marín Tuyà D. Convención de Ginebra para el control del tabaco: la salud prevalece sobre el producto. Med Clin (Barc). 2003;121:253-5.
- Elsevier
- Aguinaga Bialous S, Shatenstein S. La rentabilidad a costa de la gente. Washington: OPS; 2002.
- Eberwine D. Secretos de la industria tabacalera. Perspectivas de Salud. Washington: OPS, 2003;8:14-21.
- Asociación Española del Tabaco. Code of self-regulation for tobacco product advertising in Spain [consultado 14/01/03]. Disponible en: Legacy Tobacco Documents Library. University of California (<http://legacy.library.ucsf.edu/tid/dmw30d00>). Bates Number: 524387781/7791.
- Action on Smoking and Health (ASH). ASH School Resources: Advertising Cigarettes [consultado 14/01/03]. Disponible en: <http://www.ash.org.uk/html/schools/ks4advertising.html>
- Philip Morris España. National Ad-Ban (CA.56/94) [consultado 14/01/03]. Disponible en: Legacy Tobacco Documents Library. University of California (<http://legacy.library.ucsf.edu/tid/xkv39e00>). Bates Number: 2501029023.
- Philip Morris España. Fax advertising restrictions-Spain [consultado 14/01/03]. Disponible en: Legacy Tobacco Documents Library. University of California (<http://legacy.library.ucsf.edu/tid/lkq22e00>). Bates Number: 2501029033/9034.
- Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo [consultado 1/02/03]. Disponible en: <http://www.cnpt.es>
- Sarriá Santamera A, Cortés Blanco M, Elder J. Análisis de la campaña publicitaria de la marca de tabaco Fortuna durante el bienio 1999-2000. Rev Esp Salud Pública (Madrid). 2001;75:107-14.
- Web de Altadis [consultado 10/12/03]. Disponible en: <http://www.altadis.com.es>
- Evolución del contrabando de tabaco en España. Informe del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria. Madrid, 2003.
- The Campaign for Tobacco-Free Kids. Illegal Pathways to Illegal Profits: The Big Cigarette Companies and International Smuggling. Abril de 2001 [consultado 1/02/03]. Disponible en: <http://tobaccofreekids.org/campaign/global>





Consejería de Sanidad

Plan sobre drogas para Asturias

Ciriaco Miguel Vigil nº 9 - 33006 Oviedo