

Protegir els joves de la manipulació de la indústria i prevenir el consum de tabac i nicotina



Cada any, el 31 de maig, l'Organització Mundial de la Salut (OMS) i els organismes associats celebren el Dia Mundial sense Tabac per fer èmfasi en els riscos sanitaris inherents al consum de tabac i advocar per polítiques eficaces que contribueixin a reduir-ne el consum en qualsevol de les seves formes.

En ocasió del Dia Mundial sense Tabac 2020, l'OMS se centra a: «Protegir els joves de la manipulació de la indústria i prevenir el consum de tabac i nicotina».

Durant dècades la indústria del tabac ha utilitzat deliberadament estratègies agressives amb recursos per atreure els joves al tabac i els productes que contenen nicotina. Els documents de la indústria interna revelen una investigació en profunditat i uns enfocaments calculats i pensats per atreure una nova generació de consumidors de tabac mitjançant, per exemple, el disseny de productes, campanyes de màrqueting, etc. i destinats a substituir els milions de persones que moren cada any per malalties atribuïbles al tabac per nous consumidors, la joventut.

En resposta a les tàctiques sistemàtiques, agressives i sostingudes de la indústria del tabac i de la nicotina per atreure una nova generació de consumidors de tabac, el Dia Mundial sense Tabac 2020 oferirà una contracampanya de màrqueting i capacitarà els joves perquè participin en la lluita contra el *Big Tobacco*.

La campanya global del Dia Mundial sense Tabac 2020 servirà per:

Al començament, explicar els mites i exposar les tècniques de manipulació emprades per la indústria del tabac i la nicotina, en particular les tàctiques de màrqueting adreçades a la joventut mitjançant la introducció de nous productes, sabors i altres característiques atractives.

Dotar els joves de coneixements sobre les intencions i les tàctiques de la indústria del tabac i la nicotina per connectar les generacions actuals i futures amb els productes de tabac i nicotina.

I potenciar els influenciadors —en la cultura pop, a les xarxes socials, a la llar o a l'aula—, amb l'objectiu de protegir i defensar la joventut i catalitzar el canvi, per tal d'implicar-los en la lluita contra el *Big Tobacco*.

De quina manera la indústria del tabac i la nicotina manipula els joves?

- **L'ús de sabors atractius per a la joventut** en productes de tabac i nicotina (la cirera, les bombolles de goma i els dolços de cotó) indueix els joves a començar a utilitzar-ne i a menystenir els riscos per a la salut del fet de consumir-ne.
- **Productes atractius amb dissenys elegants**, fàcils de transportar i aparença enganyosa (per exemple, productes com memòries USB en forma de llapis o de dolços).
- **Promoció de productes "menys perjudicials" o "més nets" com a alternativa** a les cigarretes convencionals.
- **Publicitat de famosos i influencers, i de concursos patrocinats per la marca** per promocionar productes de tabac i nicotina (per exemple, influencers d'Instagram).
- **Màrqueting puntual de venda dels productes als establiments que freqüenten els infants** mitjançant la col·locació de productes a prop de llaminadures, aperitius o refrescos o a través de la donació de primes als venedors per assegurar-se que els seus productes es mostrin a prop de llocs freqüentats per joves (inclou el subministrament de material de màrqueting i de vitrines als comerciants).
- **Venda de cigarretes en unitats individuals i d'altres productes de tabac i nicotina a prop de les escoles**, cosa que dona lloc que els infants accedeixin a productes de tabac i nicotina amb molta facilitat.
- **Màrqueting indirecte de productes del tabac** en pel·lícules i programes de televisió i de retransmissió en línia.
- En llocs freqüentats per joves, **instal·lació de màquines expenedores de tabac** cobertes d'anuncis atractius on s'exhibeixen paquets de cigarretes, fet que eclipsa la normativa que en regula la venda a menors.
- **Litigi per debilitar tot tipus de regulacions de control del tabac**, fins i tot l'exhibició de les etiquetes d'avís en el punt de venda i la normativa que en regula i limita l'accés, i la comercialització als infants (especialment les disposicions que prohibeixen la venda i la publicitat de productes del tabac a prop de les escoles).

Crida a l'acció

El món no es pot permetre una altra generació enganyada per les mentides de la indústria del tabac i la nicotina que, d'una banda, pretén fer creure que promou la llibertat d'elecció personal i que, de l'altra, s'assegura beneficis eterns, independentment dels milions de persones que hi puguin perdre la vida cada any.

L'OMS fa una crida als influencers –en la cultura pop, a les xarxes socials, a la llar o a l'aula– perquè, mitjançant la seva capacitat de connexió amb la gent jove, desemmascarem les tàctiques manipuladores de la indústria per crear una nova generació de consumidors de tabac. Hem d'empoderar la joventut perquè faci front al *Big Tobacco*, en dissipar les mentides i en rebutgi l'ús dels productes.

Document oficial de l'Organització Mundial de la Salut (OMS)

<https://www.who.int/es/news-room/events/detail/2019/05/31/default-calendar/world-no-tobacco-day>