



Per què cal fer ara una campanya d'informació i sensibilització sobre els efectes de deixar de fumar?

Perquè a Catalunya, encara:

- Malgrat que estigui baixant el percentatge de persones que fumen, n'hi ha moltes que ho fan → 1 de cada 3 ciutadans/anes adults fumen (29,4%, ESCA 2006).
- Malgrat que el 97,7% de les persones fumadores saben que el tabac és perjudicial, només a un 54,4% els preocupen bastant o molt els efectes sobre la seva salut. Hi ha un percentatge que varia entre 1 de cada 4 i 1 de cada 2 persones fumadores que desconeixen tenir un risc més alt de problemes de salut directament relacionats amb el consum de tabac.
- 8 de cada 10 persones que fumen no es plantegen deixar-ho en els propers 6 mesos (ESCA, 2006).
- 9.000 persones fumadores moren cada any per malalties directament relacionades amb el tabac.
- 700-800 persones no fumadores moren cada any per estar exposades crònicament al fum del tabac.
- Un 63,1% de la població enquestada, a l'ESCA 2006, afirmava que caldria fer més campanyes per conscienciar la població per deixar de fumar.

Algunes accions de control del tabaquisme portades a terme a Catalunya i a Espanya:

Des de 1981, a Catalunya:

- S'han desenvolupat nombroses accions de sensibilització (campanyes) adreçades a la població general i a grups específics: La darrera campanya en mitjans de comunicació va ser al 2002.
- S'han promogut mesures legislatives.

Des de 2006,

a Espanya > [Llei 28/2005](#)

- avenç important en molts aspectes (promoció, publicitat, venda, accés de menors, espais laborals...), però és incompleta en alguns altres, com la regulació als espais d'oci i restauració.

a Catalunya

- S'ha fet un esforç molt important per fer complir la Llei i s'han fet més de 27.000 inspeccions.



- Durant el primer semestre de 2009 es publicarà el decret d'aplicació de la llei a Catalunya, que inclou una nova senyalització.
- Catalunya té una de les xarxes assistencials d'ajuda per deixar de fumar més completes de l'Estat, però un nombre relativament petit de persones que demanen ajuda per deixar de fumar. (Utilitzar un recurs assistencial d'ajuda per deixar de fumar gairebé duplica les probabilitats d'èxit).

Hi ha informacions sobre el tabac que una bona part de la població desconeix i que poden tenir un efecte important a l'hora de motivar la gent a deixar de fumar.



- El fum del tabac té més de 4.000 components, molts dels quals són actius farmacològicament, i almenys 43 d'ells carcinògens.
- Entre aquests components hi ha:
 - Quitrà
 - Nicotina
 - Cianur
 - Metalls com el níquel, l'arsènic, el cadmi, el crom, el plom
 - Substàncies radioactives com el poloni-210 i el potassi-40, el radi-226, etc.

Què vol aconseguir la campanya?

- Informar i sensibilitzar la població general que **“el fum del tabac és fatal”** i fer conèixer:
 - els components del fum del tabac,
 - els efectes negatius sobre la salut de les persones no fumadores (especialment població infantil, persones amb patologies...) i de les fumadores,
 - les principals fonts i àmbits d'exposició (domèstic, oci...),
 - l'existència de recursos d'ajuda per deixar de fumar
- Promoure actituds i comportaments
 - assertius en la població no fumadora per evitar/reduir l'exposició al fum



- de respecte i adhesió a la normativa vigent sobre espais públics (Llei 28/2005) a nivell social
- Incrementar la utilització dels recursos assistencials d'ajuda per deixar de fumar
 - línia d'ajuda telefònica basada en Sanitat Respon
 - consultes d'atenció primària
 - consultes d'atenció especialitzada – unitats de tabaquisme

En què consisteix la campanya?

- La campanya pivota sobre un lema central: **“el fum és fatal”** i treballa el concepte dels **components tòxics del tabac** (fins ara no s'havia utilitzat en campanyes al nostre entorn). Reforça molt el paper de la **línia telefònica** basada en Sanitat Respon per ajudar a deixar de fumar.
 - És una campanya amb conceptes clars, poc coneguts i que pot generar molt ressò entre la població.
 - Hi ha antecedents d'una campanya australiana que treballava el mateix concepte, però amb una estètica més clàssica.
- La campanya es desenvoluparà en mitjans de comunicació des del 9 fins al 31 de desembre, i entre les activitats que es duran a terme destaquen:
 - Televisió (spot + “transversal”)
 - Internet: bàners, etc.
 - falques radiofòniques
 - publicitat escrita
 - publicitat externa : opis al metro, bars/discoteques, centres comercials
 - Altres

Hi haurà també diverses accions de distribució de materials especialment dissenyats, com ara **braçalets, postals publicitàries, etc.**