

#TobaccoExposed: Nueva campaña de la OMS por una generación libre de tabaco

Langue Espagnol



La nueva campaña de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para el Día Mundial Sin Tabaco el 31 de mayo desacredita los mitos y expone las tácticas tramposas empleadas por las industrias tabacaleras. La campaña provee a las y los jóvenes de la información necesaria para detectar fácilmente la manipulación de la industria y les da algunas herramientas para que puedan identificar esas prácticas maliciosas, rechazarlas y enfrentarse a ellas.

Esto es especialmente importante en este momento, ya que los estudios muestran que los fumadores corren mayor riesgo de sufrir un caso grave de #COVID-19. La OMS llama a las y los jóvenes a que se sumen a la lucha por convertirse en una generación libre de tabaco.

A nivel mundial, el tabaco mata a 8 millones de personas cada año. Más de 1 millón de muertes atribuidas al tabaco se deben a la exposición al humo de segunda mano. Según la OMS, al menos 43 millones de adolescentes de 13 a 15 años consumieron tabaco en 2018 (14 millones de niñas y 29 millones de niños) en todo el mundo.

El tabaco es mortal en cualquiera de sus formas. Los productos de tabaco que combustiónan, incluidas las pipas de agua, contienen más de 7000 productos químicos, de los cuales 250 se sabe que son tóxicos o que causan cáncer.

Las y los adolescentes que fuman tienen más probabilidades de sufrir condiciones respiratorias crónicas y corren el riesgo de dañar permanentemente sus pulmones. Los pulmones continúan creciendo hasta la edad adulta, pero la inhalación de las toxinas que se encuentran en el humo del tabaco ralentiza este proceso y causa daño pulmonar potencialmente irreversible.

Durante décadas, la industria del tabaco ha empleado deliberadamente tácticas estratégicas, agresivas y con muchos recursos para atraer a las y los jóvenes al consumo de los productos de tabaco y nicotina. Los documentos

#TobaccoExposed: Nueva campaña de la OMS por una generación libre de tabaco

Published on NCD Alliance (<https://old.ncdalliance.org>)

internos de la industria revelan una investigación profunda y enfoques calculadamente diseñados para atraer a una nueva generación de consumidores de tabaco, que van desde el diseño de los productos hasta campañas de marketing destinadas a reemplazar a los millones de personas que mueren cada año por enfermedades atribuibles al tabaco con nuevos consumidores: jóvenes.

En 2018, los principales fabricantes gastaron USD 8,4 mil millones en publicidad de cigarrillos y las compañías de cigarrillos gastaron USD 62,2 millones en materiales de puntos de venta.

Visita el sitio web de la campaña de la OMS [aquí](#) [1].

Principales etiquetas de la campaña : **#TobaccoExposed #SpeakOut**

Post Date: Thursday, 21 mai, 2020

Tags: [tobacco](#) [2]

[World No Tobacco Day](#) [3]

[young people](#) [4]

Category - News: Announcements

Search Keywords: tobacco control, World No Tobacco Day 2020, young people, WHO, campaign

Related Resource: [The Tobacco Atlas](#) [5]

Related Link: [World No Tobacco Day 2020. campaign website](#) [6]

Related Content: ["Carbonating the World" tracks soda industry in big tobacco's global footprints](#) [7]



The secret's out.

If your product killed **8 million** people each year,
you'd also target a new generation.

31 MAY | WORLD NO TOBACCO DAY
SPEAK OUT #TobaccoExposed

 World Health Organization

 **FCTC**
WHO FRAMEWORK CONVENTION
ON TOBACCO CONTROL



Tag feed: [tabac](#) [2]

Source URL: <https://old.ncdalliance.org/fr/node/11017>

Liens

- [1] <https://www.who.int/es/news-room/campaigns/world-no-tobacco-day/world-no-tobacco-day-2020>
- [2] <https://old.ncdalliance.org/fr/taxonomy/term/37>
- [3] <https://old.ncdalliance.org/fr/taxonomy/term/746>
- [4] <https://old.ncdalliance.org/fr/taxonomy/term/994>
- [5] <https://old.ncdalliance.org/fr/node/8212>
- [6] <https://www.who.int/news-room/campaigns/world-no-tobacco-day/world-no-tobacco-day-2020>
- [7] <https://old.ncdalliance.org/fr/node/8294>