

Nota al editor

[Videoentrevistas a pie de calle probando Vaper flavour Cancer,
infografía](#)

NOTA DE PRENSA

*Según el análisis *Influencers españoles y el impacto del humo digital en los jóvenes de la Asociación Española Contra el Cáncer y la consultora, Lasker**

Más de 51 millones de seguidores jóvenes están expuestos al tabaco por influencers españoles

- El segmento de los *gamers* es la tipología de influencer que más impacto tiene en los seguidores jóvenes (56%) cuando muestran contenido de tabaco.
- Se evidencia una estrategia clara de la industria del tabaco por acceder a los jóvenes, en el 33% de los contenidos analizados aparecen de forma visible diferentes marcas de tabaco.
- La exposición al humo digital supone que haya más del doble de fumadores (53,1%) que entre aquellos que no la han tenido¹.
- La Asociación ha creado el *Vaper Cancer Flavour*, un dispositivo con sabor a cáncer, que simula ser un vaper, para concienciar sobre la peligrosidad de estos nuevos productos de consumo
- La Asociación trabaja para eliminar el tabaco y conseguir la primera generación que no haya fumado nunca en el año 2030, ya que el tabaco está relacionado con 1 de cada 3 casos de cáncer y provoca 1 muerte cada 11 minutos.
- La Asociación pide a todos los partidos políticos medidas concretas que permitan proteger a los menores de la publicidad, promoción y consumo del tabaco y sus variantes emergentes.

¹ [Hacia nuevos espacios sin humo \(digitales\) – abril 2023](#)

Madrid, 3 de julio de 2023.- El consumo de tabaco es la primera causa de muerte prevenible en España y en el mundo y también es el principal factor de riesgo en cáncer que podemos evitar.

Desde la **Asociación Española Contra el Cáncer** buscan alcanzar la primera generación libre de tabaco en España en 2030, en Europa en 2040, y junto a la consultora de comunicación y estrategia digital, **Lasker**, han realizado el análisis ***Influencers españoles y el impacto del humo digital en los jóvenes*** que busca advertir sobre cómo estos contenidos aumentan las posibilidades de que los jóvenes se hagan consumidores de tabaco.

Para ello, se ha hecho una selección y revisión de contenidos de 450 perfiles de influencers españoles procedentes del mundo *lifestyle, gamers, celebrities* de la televisión... en Instagram, TikTok y YouTube.

Del total de los perfiles analizados, *"un 25% han publicado contenidos relacionados con tabaco en los últimos seis años"*, señala **Jorge López, digital manager de Lasker**. Esto supone haber impactado en *"más de 182 millones de seguidores; de las cuales, el 28% tienen entre 18 y 24 años, lo que supone un público joven superior a los 51 millones de seguidores"*, añade **López**.

Si revisamos los canales en los que se ha detectado mayor impacto en jóvenes de productos relacionados con el tabaco encontramos que un 57% del alcance del humo digital se encuentra en YouTube, seguido de Instagram con un 25% y TikTok con un 18%. Dato que concuerda con la tipología del influencer ya que *"los gamers son, con un 56%, los que - cuando generan humo digital - más impactan en la población joven, siendo YouTube uno de sus principales canales"*, comenta el responsable del análisis.

Los influencers relacionados con televisión, plataformas *on demand*... que aparecen fumando en sus perfiles representan el 28% del total, seguidos del segmento *lifestyle* (5%) y música (4%).

En cuanto a la audiencia, un 49% de los seguidores jóvenes están en España, pero los influencers españoles también exportan el humo digital a otros países ya que un 9% está en Brasil, un 8% en EE. UU y un 7% en México e Italia. Y de los 51 millones de seguidores jóvenes entre 18 y 24 años, un 37% son mujeres, frente a un 63% de hombres.

Analizados los contenidos por formato o tipologías de tabaco encontramos que, un 46% de los contenidos corresponden a vapores, otro 46% son cigarrillos, y el 8% restante engloba puros, pipas, cachimbas... etc. Además, *"se evidencia una estrategia clara por parte de la industria del tabaco por acceder a los jóvenes ya que en el 33% de los contenidos analizados aparecen marcas de tabaco"*, señala el **digital manager de Lasker**.

Por último, *"se observa una tendencia ascendente en el volumen de publicaciones relativas a productos de tabaco, en especial desde que termino la pandemia ya*

que antes del 2020 había un 8% de publicaciones mostrando tabaco y en 2022 el dato creció hasta un 45%", concluye **Jorge López**.

Unos datos que confirman el impacto que tienen estas plataformas y que coinciden con los resultados del estudio del **Observatorio de la Asociación Española Contra el Cáncer** "[*Influencia de las Plataformas de Video On Demand y medios sociales en la exposición al tabaco y nuevas formas de fumar*](#)" donde se reflejaba que 9 de cada 10 jóvenes ha tenido al menos una exposición al #humodigital a través de medios sociales o plataformas en los últimos 30 días.

De hecho, entre las personas que han tenido esta exposición, hay más del doble de fumadores (53,1%) que entre aquellos que no la han tenido, por lo que la Asociación ha reclamado a todos los partidos políticos **leyes y normas que ayuden a proteger a las próximas generaciones frente al cáncer**: regulando los nuevos productos del tabaco en su promoción, publicidad (incluidos los medios digitales y el empaquetado neutro) y venta; promoviendo espacios libres del humo del tabaco y elevando los precios e impuestos de todos los productos del tabaco.

Vaper Cancer Flavour, un dispositivo de vapeo con sabor a cáncer

Antes esta realidad, la **Asociación Española Contra el Cáncer**, bajo el hashtag #quenotvendanhumo, con el objetivo de concienciar a la población sobre la importancia de dejar de fumar y la peligrosidad de los nuevos dispositivos electrónicos de vapeo - entre los que se encuentran MODs, PODs, vapors y sistemas con tanque tradicional-, ha creado el **Vaper Cáncer Flavour**.

Un dispositivo con sabor a cáncer, que simula ser un vaper, que busca impactar en la población y concienciar sobre la importancia de prevenir el cáncer derivado del consumo de tabaco en cualquiera de sus formas. Y es que "*el tabaco está relacionado con 16 tipos de cáncer, siendo responsable del 84% de los casos de cáncer de laringe o del 82% de los de pulmón*", señala **Karen Ramírez, responsable de prevención de la Asociación Española Contra el Cáncer**.

La asociación ha hecho hincapié en que los nuevos dispositivos no son una alternativa al tabaco tradicional. "*Pese a que la industria los disfrace de colores llamativos y sabores amables, las consecuencias para la salud son tan negativas como que son un factor de riesgo para el desarrollo del cáncer. Se estima que el tabaco es responsable del 30% de todas las muertes por cáncer. No vapear es un acto de prevención*" concluye **Ramírez**.

Sobre la Asociación Española Contra el Cáncer

La Asociación Española Contra el Cáncer es la entidad de referencia en la lucha contra el cáncer desde hace 70 años. Dedicamos nuestros esfuerzos a mostrar la realidad del cáncer en España, detectar áreas de mejora y poner en marcha un proceso de transformación social que permita corregirlas para obtener un abordaje del cáncer integral y

multidisciplinar. En su ADN está estar al lado de las personas por lo que su trabajo también se orienta a ayudarlas a [prevenir](#) el cáncer; estar con ellas y sus familias durante todo el proceso de la [enfermedad](#), si se lo diagnostican; y mejorar su futuro con el impulso a la investigación oncológica. En este sentido, a través de su Fundación Científica, la [Asociación](#) aglutina la demanda social de [investigación contra el cáncer](#), financiando por concurso público programas de investigación científica oncológica de calidad. Hoy en día, es la entidad social y privada que más fondos destina a investigar el cáncer: 104 millones de euros en 565 proyectos, en los que participan más de 1.000 investigadores.

La Asociación integra a pacientes, familiares, personas voluntarias y profesionales que trabajan unidos para prevenir, sensibilizar, acompañar a las personas afectadas y financiar proyectos de investigación oncológica que permitirán un mejor diagnóstico y tratamiento del cáncer. Estructurada en 52 Sedes Provinciales, y presente en más de 2.000 localidades españolas, cuenta con más de 30.000 personas voluntarias, más de 500.000 socios y casi 1.000 profesionales.

Durante el 2022, la Asociación Española Contra el Cáncer ha atendido a 140.595 personas afectadas por la enfermedad.

Sobre Lasker

Consultora de comunicación, relaciones institucionales y estrategia digital que nació con una filosofía de integración de boutiques especializadas para sumar capacidades y gestionar de forma flexible cada proyecto con la máxima eficiencia. Con presencia directa en Madrid, Barcelona, Lisboa y Bruselas, el equipo de profesionales de Lasker suman una contrastada experiencia en múltiples sectores, para abordar un planteamiento estratégico global y un desarrollo contando con la contribución del mejor especialista en cada caso. Los servicios de Lasker abarcan Relaciones Institucionales; Comunicación Corporativa; RSC; Propósito Corporativo y Reputación; Auditorías de Comunicación; Comunicación de Marketing; Comunicación Interna; Gestión estratégica y operativa del Social Media; Relaciones con los Medios e *Influencers*; Formación de portavoces; Gestión de Crisis; y Gestión del Cambio.

Para más información

Esther Díez

Responsable de Comunicación
esther.diez@contraelcancer.es
Tel: 900 100 036
Móvil: 667 11 36 16
Twitter [@_Esther_Diez](#)

Alicia Portillo

Técnica de Comunicación
alicia.portillo@contraelcancer.es
Móvil: 685 728 113

Carolina Cobos

Técnica de Comunicación
carolina.cobos@contraelcancer.es
Móvil: 651 04 38 68

Belén Sasiambarrena

Agencia de Comunicación
bsc@lasker.es
Móvil: 650 59 05 62

Carlos Cuenca

Agencia de Comunicación
ccr@lasker.es
Móvil: 696 355 070

Ana Rodríguez

Agencia de Comunicación
ars@lasker.es
Móvil: 690 390 616