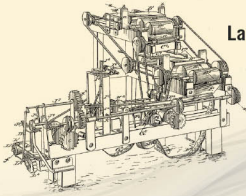


El rastro del tabaco

¡Con ustedes, el tabaco!: quita 14 años de vida a sus consumidores. Mata a 200 personas al mes en Canarias. Consumir uno de los carcinógenos más potentes conocidos no es un vicio, es una adicción. Y hay ayuda sanitaria para dejarlo

1870. Casi nadie fuma en el mundo. En EE.UU. la media por habitante era de ¡un cigarrillo al año!

1882. Así nació el cigarrillo moderno. El joven Buck Duke entra en el negocio del tabaco y se alía con James Bonsack, inventor de una máquina que mecanizaba la fabricación de cigarrillos, hasta entonces a mano. Ocho años después, Duke era el primer fabricante de EE.UU. La expansión planetaria del hábito de fumar fue imparable



La máquina que lo cambió todo



1932. Las enfermeras, gancho publicitario



A-B-CHESTERFIELD Humo en el hospital

1948. Visión inolvidable. El estudiante de medicina Ernst Wynder presencia la autopsia a un fumador fallecido por cáncer de pulmón: vio bronquios manchados de alquitrán y pulmones negros de hollín. El autor de la autopsia ni lo reseñó en su informe. Impactado, Wynder se volcó desde ese día en investigar la ecuación tabaco-cáncer

1962. Punto de inflexión. El Real Colegio de Médicos de Reino Unido publica su demoledor informe *Smoking and health*. Dos años después, Estados Unidos hizo lo propio. Frenar el tabaquismo se convirtió en una prioridad de salud pública



Humo sobre negro

1951. El estudio clave. A los científicos Richard Doll y Bradford Hill se les ocurrió preguntar a 40.000 médicos británicos si fumaban; cuatro años después se fijaron en cuántos habían fallecido por cáncer de pulmón y comprobaron que ¡todos eran fumadores! En esas fechas, bebés y niños protagonizaban anuncios de cigarrillos.



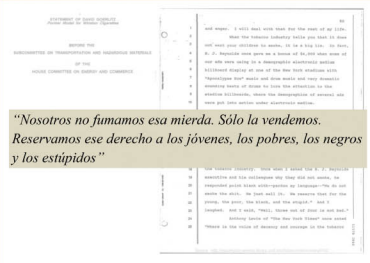
Mami, un mensaje de tu bebé

1950. Muchísima gente fuma en el mundo. En EE.UU. la media por habitante era de ¡10 cigarrillos al día!

1949. El dentista también lo recomienda



1975. Los jóvenes, el gran objetivo. “Debemos incrementar la penetración de la marca en el grupo de 14-24 años. Son el futuro de la industria” (fabricante R. J. Reynolds)



1989. Una declaración incómoda. El actor David Goerlitz, conocido como el ‘*Hombre Winston*’, testificó ante el Congreso norteamericano y desveló la confidencia de un ejecutivo de la industria en sus años como protagonista de anuncios de tabaco

Nosotros no, gracias



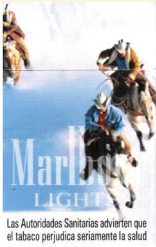
Años 90. Cerco al marketing

Últimos años de anuncios en el deporte



El negocio de la F1 acusó el fin de los patrocinios de las tabacaleras

1993. La primera alerta llega a las cajetillas en España



1998. Admisión de culpa. Acosados por las demandas, la industria tabacalera alcanza un acuerdo histórico con 46 estados norteamericanos, por el que se compromete a pagar parte de los millonarios gastos de salud derivados el consumo de sus productos



Ejecutivos del tabaco, en la picota

El último empujón. Implantar el empaquetado neutro (ni logos ni colores de marca), no fumar en vehículos ni estadios y más recursos para ayudar a dejar de fumar: son algunas de las medidas que pide la Sociedad Española de Medicina Familiar y Comunitaria



Lo próximo, glamur cero en las cajetillas

2017. Más grande. Los fabricantes quedan obligados a cubrir el 65% de la superficie de las cajetillas con mensajes de advertencia e impactantes fotos a color

2010. Otra vuelta de tuerca. Se endurece la restricción de fumar en bares y restaurantes

2005. Adiós a los cigarrillos de chocolate. La UE acaba con la publicidad del tabaco en prensa, radio e internet (ya lo estaba en tv). También se prohíbe la venta de cualquier juguete o golosina con forma de tabaco

2001. Más letal que las balas. El saldo del tabaco en el siglo XX es brutal: causó 100 millones de muertes, más que las dos grandes guerras mundiales juntas

