

## El tabaco corteja a las mujeres jóvenes con marketing encubierto: el resurgir del cigarrillo entre 'influencers' y famosos

- El Observatorio del Cáncer señala que el 57,2% de los jóvenes creen que fumar está de moda porque lo hacen actores, 'streamers' o 'influencers'. 9 de cada 10 chicos y chicas están expuestos al humo digital a través de publicidad explícita y encubierta en las redes sociales



Mary-Kate Olsen y Ashley Olsen

Famosos Tabaco Influencers Natalie Portman Rosalía Marketing Dua Lipa Bienestar Publicidad

<https://elpais.com/smoda/famosos/2024-07-11/el-tabaco-corteja-a-las-mujeres-jovenes-con-marketing-encubie...>

Brenda Otero

Jueves, 11 julio 2024

Guapos, de risas, flirteando... y fumando. Las imágenes de Natalie Portman y Paul Mescal echándose un cigarrillo en la puerta de un pub londinense, supusieron "la mayor propaganda para los cigarrillos desde Mad Men", tal y como lo definió la periodista especializada en cultura pop Hunter Harris.

Quizás sea una mera casualidad, pero últimamente el tabaco aparece en más contextos con glamour de lo que estábamos acostumbrados. Dua Lipa en el festival de Glastonbury después de decir que lo había dejado, las hermanas Olsen en sus descansos laborales, Bella Hadid en Cannes, el elenco de The Bear en el estreno de la tercera temporada de la serie en Los Angeles, Rosalía de cita con Jeremy Allen White... ni un vapeo a la vista entre los famosos de la lista A.

El *New York Times* publicó un reportaje sobre el tema hace ya un par de años, pero recientemente parece estar extendiéndose un cierto hedonismo fatalista entre los más jóvenes, amplificado por un sentimiento de nostalgia por tiempos menos medidos y producidos. En Instagram se multiplican los perfiles como @cabmate, que se regodean en las fotografías de Kate Moss de fiesta en los años 90, o de Gwyneth Paltrow con un Camel encendido. Otros robados que muestran a gente guapa como Anya Taylor-Joy, Dakota Johnson, Malia Obama, Brad Pitt o Lily Rose Deep con sus pitillos,

hacen sentir flashbacks de las absurdas dinámicas de patio del colegio con los 'guays' quedando para fumar a escondidas.

En ciertos ambientes se están empezando a rechazar los cigarrillos electrónicos a favor de una opción de nicotina analógica, posiblemente más en sintonía con un deseo a volver a una cotidianeidad sin tanta pantalla. De acuerdo con algunos informes, los fumadores o vapeadores reciben la mitad de 'matches' en las apps de citas que los que no tienen el hábito, sin embargo en rincones secretos para inhalar humo, como el del hotel londinense The Chiltern Firehouse no cabe un alma. En estos fumaderos el tonto está a la orden del día, cambiando darle al *like* por pedir fuego. Todo esto viene acompañado por el álbum Brat, la banda sonora del verano, lleno de referencias a este vicio. Su autora, Charli XCX, muestra a Chloë Sevigny fumando en el vídeo de 360, y no esconde su preferencia por los Marlboro.

Es cuanto menos desconcertante que surja una corriente que romantice la nicotina, sobre todo teniendo en cuenta toda la información sobre los efectos de esta sustancia que se conoce desde hace años. Hace pensar si esta visibilidad sería la punta del iceberg de una vuelta de este hábito entre los más jóvenes. La doctora Karen Ramírez, de la Asociación Española Contra el Cáncer, despeja estas dudas: "Desde el 2006 ha persistido una tendencia negativa en la prevalencia del consumo de [tabaco](#), alcanzando los valores más bajos registrados desde 1994." Lo que no significa que los jóvenes no sean inmunes a cualquier tipo de promoción del [tabaco](#) en las redes sociales, una influencia que puede resultar en comportamientos adictivos. Según datos de esta asociación que aporta Ramírez está demostrado que si los referentes de los jóvenes aparecen fumando, se genera una normalización del consumo desde edades tempranas, además de disminuir la percepción del riesgo. "El informe *Influencia de las plataformas de video on demand y medios sociales en la exposición al [tabaco](#) y nuevas formas de fumar*, presentado por el [Observatorio](#) del Cáncer, señala que el 57,2% de los jóvenes creen que fumar está de moda porque lo hacen actores, *streamers* o *influencers*", apunta la doctora. "El [Observatorio](#) del Cáncer también señala que la exposición de los jóvenes al llamado humo digital en redes sociales y plataformas de video está fuertemente correlacionada con el consumo. Entre las personas que han tenido esta exposición hay más del doble de fumadores (53,1%) que entre aquellos que no han tenido esta exposición (24,5%)".

Aunque se puede ver como una reacción a la imposición de una cultura del bienestar ultracapitalista, o por una estética que se aleja de los contenidos generados por IA, no podemos evitar la sospecha de que esta corriente no es del todo espontánea. De hecho, la extrema regularización de la promoción de estos productos, y su prohibición en ciertos espacios, no evita que sean respaldados por influencers en campañas de marketing.

Ramírez afirma que este producto sigue promocionándose en otros canales: "Hasta 9 de cada 10 chicos y chicas están expuestos al humo digital a través de publicidad explícita y encubierta de las RRSS y las plataformas de video bajo demanda, lo que duplica las posibilidades de fumar [tabaco](#) convencional", remata.

Observando el *moodboard* instagramero Cigfluencers, aparece un detalle interesante que interroga el contenido de este perfil. Entre la recopilación de instantáneas de gente sexy fumando, también se ven menciones a la marca independiente de cigarrillos Hestia, conocida por sus campañas virales.

Desde la Asociación Española Contra el Cáncer señalan que pese a que ha caído el número de fumadores, se observa un aumento en el número medio de cigarrillos fumados al día respecto a 2021, registrándose el dato más alto en los alumnos desde 2004. Esto puede indicar que los hábitos, antes más saludables, en algunos casos están empezando a modificarse. Y por si fuera poco, el consumo de **tabaco** tiene más calado entre las mujeres jóvenes, que posiblemente vean esas publicaciones de Lana del Rey o Dua Lipa. "Esta situación se da en todas las edades" explica la doctora Ramírez "La mayor diferencia se registra entre los estudiantes de 18 años, donde las mujeres van por delante en 6,8 puntos porcentuales."

Alicia Fábrega, directora de marketing y publicidad de las revistas VEIN y Fucking Young, que colabora habitualmente con jóvenes actores, artistas e *influencers*, opina que la abundancia de información y las redes sociales han dado a este hábito más visibilidad. "Personalmente, no he notado un repunte. La generación Z en general lleva una forma de vida más sana y simplemente creo que ahora lo puntual es más visible. Eso de esconder la copa para salir en fotos, lo hacen predominantemente personas más maduras, supongo que aprendieron a presentarse públicamente de manera diferente, y porque puede que con la edad ya no te quieres ver crápula. En cambio cuando los más jóvenes salen por la noche lo publican con galerías en sus redes porque se expresan así, mostrando todas las facetas de su vida", reflexiona. "Es como cuando tienen un mal día y lo comparten".