

## Los jóvenes y el “humo digital”

Según el estudio *Influencers españoles y el impacto del humo digital en los jóvenes*, realizado para la Asociación Española Contra el Cáncer por la consultora Lasker, un 25% de las personas *influencers* con mayor repercusión en España ha publicado contenidos relacionados con tabaco desde 2018 hasta junio de 2023. Ello supone haber impactado a más de 182 millones de seguidores, de los cuales, el 28% tiene entre 18 y 24 años. De los 51 millones de seguidores pertenecientes a ese segmento de edad, un 37% son mujeres y un 63% hombres.

El análisis ha seleccionado y revisado contenidos de 450 perfiles de influencers españoles procedentes del mundo *lifestyle*, *gamer* y *celebrities* de la televisión y difundidos a través de Instagram, TikTok y YouTube.

De acuerdo con sus resultados:

Un 57% del alcance del impacto del “humo digital se encuentra en YouTube, seguido de Instagram con un 25% y TikTok con un 18%.

Los *gamers* serían la tipología de *influencers* que más impacta en la población joven (un 56%) cuando generan ese “humo digital”, seguidos de las personas relacionadas con la televisión u otros servicios de comunicación audiovisual que aparecen fumando en sus perfiles (28%), la del segmento *lifestyle* (5%) y la del ámbito musical (4%).

Por tipo de producto, un 46% de los contenidos corresponde a *vapers*, otro 46% son cigarrillos, y el 8% restante engloba puros, pipas, cachimbas, etc. En el 33% de los contenidos analizados aparecen marcas de tabaco.

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%.

La Asociación Española Contra el Cáncer cuenta también con un observatorio que en abril de este año publicó el estudio *Influencia de las Plataformas de Video On Demand y medios sociales en la exposición al tabaco y nuevas formas de fumar*<sup>1</sup> en el que se indica que 9 de cada 10 jóvenes se ha visto expuesto a ese “humo digital” en los 30 días previos a la consulta, y que entre las personas expuestas hay más del doble de fumadores (53,1%) que entre las no expuestas.

La Asociación pide nuevas regulaciones para los 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.

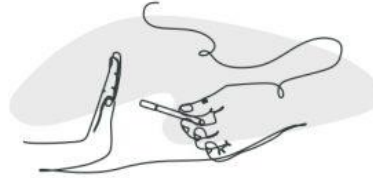
Bajo el hashtag #quenotvendanhumo, la Asociación hemos creado la campaña *Vaper Cáncer Flavour*, con el objetivo de concienciar a la población sobre la importancia de dejar de fumar y la peligrosidad de los nuevos dispositivos electrónicos. Insisten en que “Los nuevos dispositivos no son una alternativa al tabaco tradicional. Pese a que la industria los disfrace de colores llamativos y sabores amables, las consecuencias para la salud son igualmente negativas como factor de riesgo para el desarrollo del cáncer”.

---

1

<https://observatorio.contraelcancer.es/sites/default/files/informes/Informe%20espacios%20digitales%20sin%20humo.pdf>

## Influencers españoles y el impacto del humo digital en los jóvenes



### 3 grandes datos sobre el impacto del humo digital:

#1

**111 perfiles analizados** en Instagram, Tik Tok y Youtube desde el 2018 hasta junio del 2023.



#2  
**9 de cada 10 jóvenes** ha tenido al menos una exposición al humo digital a través de los medios sociales o plataformas de video on demand

#3

**El 57,2% cree que fumar está de moda** porque lo hacen actores, streamers o influencers



### ¿Cómo influyen los influencers españoles en los jóvenes?



**51M de jóvenes** entre 18 y 24 años siguen a influencers españoles que muestran humo digital en sus redes.



**Más de 13 millones de jóvenes** fueron impactados entre 2018 y 2023 con contenidos que mostraban productos de tabaco.



“Los influencers españoles del sector Gaming impactaron al **56% de los jóvenes** con productos de tabaco”.

Tipo de tabaco que suben a sus redes:

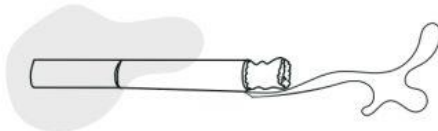
- Vapeadores 46%
- Tabaco tradicional 46%
- Otros (cachimba, puros...) 8%



El **33% son contenidos de marcas**, lo que evidencia una clara estrategia de la industria del tabaco por acceder a los jóvenes.



El mayor volumen de contenidos de tabaco analizados **se concentra en el año 2022** (45%).



900 100 036  
asociacioncontraelcancer.es

**asociación  
española  
contra el cáncer**