



EDITORIAL

Publicidad encubierta de tabaco en series de producción española[☆]

Subliminal tobacco advertising in Spanish television series

Cristina Rey Reñones^a, Empar Valdivieso López^a y Victoria Arija^{a,b,c,*}

^a Gerencia Territorial d'Atenció Primària Camp de Tarragona, Institut Català de la Salut, Tarragona, España

^b Institut d'Investigació en Atenció Primària (IDIAP) Jordi Gol, Barcelona, España

^c Institut d'Investigació Sanitària Pere Virgili (IISPV), Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, España

Recibido el 18 de mayo de 2012; aceptado el 9 de junio de 2012

Disponible en Internet el 11 de septiembre de 2012

La publicidad encubierta o *placement* es un tipo de publicidad que consiste en emplazar productos en lugares visibles para el espectador, aunque ni tan solo se dé cuenta de ello, bien sea en series de televisión o en otro tipo de programación. Surgió para hacer frente a la creciente pérdida de efectividad de los anuncios tradicionales, principalmente por la saturación de los mismos y el *zapping*¹. El *placement* logra hacer más notorio el efecto de la publicidad si se produce una sinergia entre el éxito televisivo de la serie o película y el éxito del actor/actriz. Un estudio realizado en Estados Unidos² afirma que tras la prohibición de los anuncios de marcas de tabaco en medios de comunicación se incrementaron en un 92% las imágenes encubiertas de tabaco en las películas. La media de apariciones de fumadores en el cine pasó de 5,9 (imágenes por hora) en el año 1990 a 10,8 en 2000.

En España la actual ley³ prohíbe explícitamente la publicidad de tabaco en todos los medios de comunicación, la emisión de programas o imágenes en las que tanto presentadores, colaboradores o invitados aparezcan fumando o mencionen, muestren directa o indirectamente marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos del tabaco. La medida reguladora tiene una finalidad preventiva, ya que se constata el efecto iniciador del consumo tras la visualización de imágenes de tabaco. En este sentido, el Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo señala que «uno de los factores que más influye en el inicio del hábito tabáquico es la exposición a películas en que los actores aparezcan fumando»⁴, lo cual afecta principalmente a adolescentes. Muchas investigaciones han identificado la publicidad del tabaco como la principal causa del inicio de tabaquismo en jóvenes⁵ y de su continuación en los adultos, siendo en ocasiones uno de los principales motivos de su emisión^{6,7}.

A pesar de la ley, tanto el Comité⁴ como algunos autores^{4,6,7} creen que sigue existiendo publicidad encubierta de tabaco en los medios de comunicación. Córdoba et al.⁸ afirman que en un 75% de las series analizadas en su estudio (las de mayor audiencia) aparecían escenas de tabaco, con una media de 3,2 escenas de tabaco por hora de emisión.

El equipo investigador comprobó la existencia de publicidad encubierta en las series de televisión emitidas en canales nacionales, estimando su presencia de forma casi habitual, a pesar de la ley³ antitabaco. Para demostrarlo se

[☆] El presente manuscrito forma parte de una de las actividades de educación sanitaria del ensayo clínico de intervención comunitaria financiado por el Instituto Carlos III (número de expediente PI070937). La información de este artículo no es redundante ni similar a la del artículo publicado, (Factors associated with commencing smoking in 12-year-old students in Catalonia (Spain): a cross-sectional population-based study. *BMC Public Health*. 2010;10:665).

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: victoria.arija@urv.cat (V. Arija).

Tabla 1 Características de las series de televisión de producción española, descripción y frecuencia de aparición de personajes fumando

Serie	Cuota de pantalla máxima	Productora	Canal de TV	N.º de temporadas emitidas	Personajes fumadores	Características de los personajes fumadores	Frecuencia de aparición (%)
Aída	30,70%	Globomedia®	Tele 5 Privado	6	Luisma Barajas	Actor principal, ex drogodependiente. Actor secundario, ex drogodependiente y mejor amigo de Luisma	30
Sin tetas no hay paraíso	24,40%	Grundy Televisión®	Tele5 Privado	2	Duque El Gitano - Pertur - John Jairo Jessica del Rio	Actor principal: narcotraficante, consumidor habitual de tabaco. Actores secundarios; trabajan como traficantes de drogas ilegales para el Duque. Actriz principal: prostituta, regenta un local de alterne. Enamorada del Duque.	100
Cuéntame	24,20%	Grupo Ganga®	TV1 público	10	Sr. Alcántara	Actor principal: padre de familia. Al inicio de la serie se presenta como fumador habitual, tras sufrir un infarto agudo de miocardio y que los profesionales sanitarios le recomendaran cesar el hábito, aparece como ex fumador	35
Física o Química	22,10%	Ida y vuelta producciones®	Antena 3 privado	2	Gorka y Ruth	Actor/actriz principales, estudiantes de instituto, se sugiere que son menores de edad	65
El internado	22%	Globomedia®	Antena 3 privado	4	Iván y Julia Toni	Actor/actriz principal, jóvenes residentes en el colegio, probablemente menores de edad. Actor secundario: ex toxicómano, ex presidiario	70
Los Serrano	21,70%	Globomedia®	Tele 5 privado	8	Fiti	Actor secundario	30
Los hombres de Paco	19%	Globomedia®	Antena 3 privado	7	Lucas	Actor principal, pertenece al cuerpo de policía	65
Cuestión de sexo	18,7%	Notro Films®	Cuatro privado	3	Personajes secundarios no habituales en la serie	Enfermera. Actores de relleno	20

seleccionaron las series de mayor audiencia (> 15%) desde noviembre de 2008 a febrero de 2009, y se realizó un registro cualitativo y cuantitativo de las emisiones de imágenes de tabaco en las series seleccionadas. En la **tabla 1** se reflejan las características de las series y la frecuencia de aparición de personajes fumando. Es destacable que en las series «El Internado» y en «Física o Química» se aprecian imágenes donde estudiantes consumen tabaco a escondidas de los adultos, atribuyéndole propiedades beneficiosas. En «Sin tetas no hay paraíso» el protagonista aparece fumando en cada uno de los capítulos. En «Cuéntame» el protagonista es fumador a lo largo de la serie hasta que sufre una dolencia atribuible a su consumo, momento en el que cesa el hábito.

Aunque la aparición de paquetes de tabaco y personajes fumando en series de televisión pueda parecer «espontánea»⁹ es remarcable el carácter forzado en algunas escenas, como pedir un cigarrillo después de recibir un disparo, o que un padre ofrezca cigarrillos a su hijo para ganarse su confianza. Ante estas escenas, algunos autores^{4,6-9} afirman que podría deberse a relaciones económicas entre la industria del cine y la del tabaco. Pumpe¹⁰ indica las estrategias más frecuentes aplicadas en Alemania, para incitar a los jóvenes al consumo y añade que a pesar de la prohibición de los anuncios la industria tabacalera había aumentado su presupuesto dirigido a realizar publicidad de forma continuada, no se limitaban a las vallas publicitarias o a la prensa escrita, sino que se estaban utilizando vídeos musicales, películas, eventos deportivos o venta de ropa, a veces a través de Internet®. Existen pocos estudios que examinen qué ocurre con la emisión de imágenes audiovisuales de promoción del tabaco tras la entrada en vigor de las leyes que lo prohíben. Algunos autores atribuyen a la cotidianeidad la aparición de personajes fumando y paquetes de tabaco en la programación televisiva.

La implantación de la ley antitabaco en Escocia, Estados Unidos y Brasil supuso un impacto positivo a corto plazo en la salud de los jóvenes, también en España¹¹, donde existe una relación entre el descenso del número de fumadores y la implantación de la ley antitabaco de 2005, sobre todo en jóvenes de 16 a 34 años, además de existir un gran porcentaje de ex fumadores.

En todas las series examinadas aparece el tabaco, consumido principalmente por jóvenes. Esto representa un factor de riesgo para el inicio del consumo tabáquico, tal como han demostrado diferentes estudios^{4,6-9}, en los que se confirma que los adolescentes que ven fumar en las películas tienen más posibilidades de ser fumadores en un futuro. En la revisión de DiFranza et al.¹² se evidencia que los jóvenes están expuestos a la promoción del tabaco antes de iniciar su consumo, que la exposición aumenta el riesgo de iniciación y que existe una relación de dosis-respuesta en la que a mayor exposición, mayor es el riesgo. Esto se ha comprobado con diferentes métodos de estudio, en múltiples poblaciones y con varias formas de promoción y persiste después de controlar otros factores. Añade que los jóvenes no son informados de los riesgos que conlleva iniciar o continuar con el consumo de tabaco.

Las evidencias demuestran la existencia de un riesgo real en el inicio del consumo a causa de la visualización de imágenes de tabaco, principalmente por jóvenes. Por ello, tras constatar la existencia de publicidad encubierta del tabaco

en series de televisión de producción española, creemos importante la aplicación de medidas de control que eviten en España este tipo de publicidad y consecuentemente se promueve la salud de la población.

Financiación

Concesión de la IX Beca para la capacitación en investigación y realización del doctorado en atención primaria por el Instituto de Investigación en Atención Primaria (IDIAP) Jordi Gol, año 2010. Financiado por el Instituto de Salud Carlos III a través el proyecto de investigación FIS (PI070937).

Agradecimientos

Gracias Marisa por estar siempre a nuestro lado, colaborar, ayudar, revisar y aportar tu granito de arena. Agradecer al Institut Català de la Salut, especialmente a la Gerencia Territorial de Atención Primaria del Camp de Tarragona, su apoyo en la investigación.

Bibliografía

1. Movilla LA. La función de comunicación comercial del product placement y su influencia en los sistemas de producción audiovisual [tesis doctoral]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid; 2009 [consultado 6 Jun 2012]. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/9528/1/T30995bis.pdf>
2. Stockwell T, Glanz SA. Tobacco use is increasing in popular films. *Tob Control*. 1997;6:282-4.
3. Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco. BOE número 318, de 31 de diciembre de 2010. p. 109188-94.
4. Córdoba R. Cine y tabaco/Parte I. *Info taba*. Octubre 2007. Número 8. Boletín del Comité Nacional de Prevención del tabaquismo, CNPT [consultado 7 Jun 2012]. Disponible en: <http://www.cnpt.es/doc.pdf/Infotabac8.pdf>
5. Lovato C, Linn G, Stead LF, Best A. Impacto de la publicidad y la promoción del tabaco sobre el aumento del hábito de fumar en los adolescentes (revisión Cochrane traducida). Oxford: Update software Ltd., Biblioteca Cochrane Plus, 2008;2.
6. Sargent JD, Stoolmiller M, Worth KA, Dal Cin S, Wills TA, Gibbons FX, et al. Exposure to smoking depictions in movies its association with established adolescent smoking. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 2007;161: 849-56.
7. Montes J, Álvarez ML. Tabaco y medios de comunicación escritos en España: una atracción fatal. *Gac Sanit*. 2006;20:59-62.
8. Córdoba R, Nerín I, Ferreras JM, Aldea E. Escenas de tabaco en el cine y la televisión en España. *Aten Primaria*. 2010;42:184.
9. Casitas R, García-García R, Barrueco M. El cine como vector de expansión de la epidemia tabáquica. *Gac Sanit*. 2009;23:238-43.
10. Pumpe K. Children-orientated tobacco advertising in Germany. *Pneumologie*. 2002;56:247-54.
11. Rodríguez M. Publicidad y tabaco: efectos en su consumo tras la nueva ley antitabaco en España. *Rev Esp Com Sal*. 2010 [consultado 6 Jun 2012];1: 23-29. Disponible en: http://www.aecs.es/1_1_pub_tabaco.pdf
12. DiFranza JR, Wellman RJ, Sargent JD, Weitzman M, Hipple BJ, Winickoff JP. Tobacco promotion and the initiation of tobacco use: assessing the evidence for causality. *Pediatrics*. 2006;117:e1237-48.