

Artículo especial

El cine como vector de expansión de la epidemia tabáquica

Raquel Casitas, Ruth García-García y Miguel Barrueco*

Servicio de Neumología, Consulta Especializada de Tabaquismo, Hospital Universitario de Salamanca, España

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 3 de abril de 2008

Aceptado el 16 de julio de 2008

On-line el 9 de mayo de 2009

Palabras clave:

Tabaco

Cine

Jóvenes

RESUMEN

El cine ha sido durante muchos años un fiel colaborador de la industria del tabaco, fomentando, mediante la presencia del cigarrillo en las películas, que niños y jóvenes se conviertan en adictos a la nicotina. El movimiento de prevención del tabaquismo en Estados Unidos ha documentado suficientemente estos hechos, y hoy existen demostraciones científicas suficientes acerca de la estrecha relación entre la presencia del tabaco en las películas y el inicio de su consumo por niños y jóvenes. Desde hace años se han creado grupos de trabajo que están presionando a la industria del cine y fomentando el debate social con anuncios en los principales medios de comunicación, para conseguir que Hollywood acepte su responsabilidad y cambie de actitud. Smoke Free Movies, una iniciativa liderada por la Universidad de California, está consiguiendo importantes avances para limitar la presencia de los cigarrillos en las películas americanas. En Europa en general, y en España en particular, este tipo de iniciativas son aún incipientes. El Movimiento de Prevención del Tabaquismo español debería aprovechar la experiencia americana para impulsar políticas similares. Algunas medidas de eficacia probada son la certificación, en los títulos de crédito, de no haber recibido pago alguno por mostrar tabaco en la película, la proyección de anuncios publicitarios antitabaco antes de las películas en que salgan cigarrillos, no permitir la identificación de marcas y no subvencionar películas que estimulen el consumo de tabaco.

© 2008 SESPAS. Publicado por Elsevier España, S.L. Todos los derechos reservados.

The cinema as a vector of expansion of the smoking epidemic

ABSTRACT

For many years the film industry has been a loyal contributor to the tobacco industry by showing actors smoking cigarettes onscreen and hence encouraging young people to become nicotine addicts. The Prevention of Nicotine Addiction movement in the United States has adequately documented this phenomenon and there is now sufficient scientific evidence to demonstrate the close relationship between smoking in films and the onset of smoking in adolescents and young adults. To encourage social debate, working groups have been created to put pressure on the film industry through the use of commercials in mainstream media in the hope of making Hollywood accept its responsibility and change its attitude. Smoke Free Movies, an initiative led by the University of California, is making substantial progress toward limiting the appearance of cigarettes in American movies. In Europe, and particularly in Spain, these kinds of initiatives are still fairly new. The Prevention of Nicotine Addiction Movement in Spain should learn from the United States in order to promote similar policies. Some of the proven measures include the following: certification in credits stating no payment was received for the appearance of tobacco in the film, projection of anti-tobacco advertisements before any film that contains scenes with smoking, no brand identification and no subsidies for films that encourage smoking.

© 2008 SESPAS. Published by Elsevier España, S.L. All rights reserved.

Keywords:

Tobacco

Film

Teenager

Introducción

Muchas personas guardan en sus recuerdos las imágenes de sus actores preferidos exhibiendo un cigarrillo en la mano o exhalando el humo por la boca con aire sensual o como signo de dureza, rebeldía y desafío. Las imágenes de Humphrey Bogart, Lauren Bacall, Bette Davis o James Dean, los puros de Groucho Marx o la sofisticada boquilla de Audrey Hepburn, y el cigarrillo provocador de Sharon Stone, son sólo algunos ejemplos de la presencia del tabaco en el cine de Hollywood.

Aunque la aparición de cigarrillos y de paquetes de tabaco en las películas pueda parecer fruto del guión, es evidente que su presencia en los fotogramas no es casual y es el resultado final de las rentables relaciones comerciales entre la industria del cine y la del tabaco¹. Desde hace muchos años Estados Unidos, a través de

Hollywood, ha enseñado a fumar al resto del mundo. En el momento actual, ante el debate social generado en Estados Unidos, la industria americana del cine se está viendo obligada a modificar algunos de sus comportamientos. La Motion Picture Association of America (la patronal del sector) anunció en mayo de 2007 una nueva política comercial que empezará a tener en cuenta las imágenes de fumadores para calcular la clasificación moral de las películas, equiparando la exaltación del fumar o el abuso del tabaco fuera de un contexto histórico o mitigador con otros aspectos como el sexo, la violencia o el consumo de drogas, que ya se tienen en cuenta a la hora de clasificar las películas.

Esta propuesta, si se cumple, servirá para filtrar el tabaco de la gran pantalla, ya que estudios y productores comparten el interés de comercializar sus películas a la mayor audiencia posible y, por ello, tratarán de evitar la aparición de cigarrillos. La Motion Picture Association of America ha admitido que el tabaco es un problema de salud pública especial por la naturaleza adictiva de la nicotina. Esta nueva actitud es producto de muchos años de presiones de los fiscales generales de 32 de los 50 Estados, que

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: mibafe@telefonica.net (M. Barrueco).

siguiendo las recomendaciones de expertos de Harvard han exigido que las películas glorificadoras del tabaco sean clasificadas como para mayores de 17 años. En el pasado, la Motion Picture Association había argumentado que incluir el factor tabaco dentro del sistema de clasificación moral, tal como propuso Jack Valenti en 1968, era abrir las puertas a toda clase de cruzadas, desde la defensa medioambiental a la lucha contra el alcoholismo o la obesidad.

Prohibición frente a regulación

Los objetivos perseguidos por la industria del tabaco a través de las películas se dirigen a grupos diana (niños, jóvenes y mujeres) para favorecer la aceptación social del hecho de fumar y aumentar las ventas globales y de marca. Las tabacaleras han de captar cada día, en todo el mundo, 80.000 nuevos fumadores que sustituyan a los que pierden diariamente por enfermedad, muerte o abandono del consumo. En España, para mantener su nivel de negocio necesitan 480 nuevos fumadores cada día, de los cuales la mayoría son niños y adolescentes².

La publicidad se dirige a los menores y explota en las películas la asociación del tabaco con conceptos como glamour, sexo, triunfo, nihilismo, rebelión, aventura, competición... Nada en el negocio del tabaco es inocente. Si se prohíbe la publicidad directa invierten en la indirecta en medios como el cine, como ocurrió en Estados Unidos cuando se prohibió publicar en los medios de comunicación y se incrementó el consumo de cigarrillos en los protagonistas de las películas en un 92%, especialmente en mujeres guapas y triunfadoras³. En el año 2000, la media de apariciones de fumadores en el cine fue de 10,8 por hora, mientras que en 1990 había sido de 5,9³.

En los países desarrollados, fumar está dejando de ser una práctica social bien vista y mayoritaria. El cine no retrata la verdad social actual puesto que muchas películas proyectan un consumo de tabaco muy superior al real. En un análisis realizado sobre películas producidas entre 1990 y 1996 se puso de manifiesto que el 57% de los protagonistas fumaban, en comparación con el 14% de fumadores reales entre los individuos del nivel socioeconómico que esos protagonistas representaban⁴. La exageración del porcentaje de personas fumadoras tiene como objetivo distorsionar la realidad social y aumentar la percepción, especialmente entre los jóvenes, de que fumar es habitual.

En 1998, las principales tabacaleras norteamericanas firmaron un convenio legal que les prohibía comercializar sus productos entre los jóvenes por cualquier medio publicitario o en espectáculos (incluyendo las películas). Aun así, Hollywood siguió produciendo películas clasificadas G, PG o PG13 que promovían marcas de cigarrillos cuya colocación (*product placement*) ha sido pagada. Hollywood lo ha negado (a pesar de las pruebas documentales que lo atestiguan). Como ejemplo, la película *Men in Black II* recibió 35 millones de dólares en concepto de apoyo promocional por mostrar logotipos en la pantalla, entre los que destaca el de la marca Marlboro⁵. Las tabacaleras, a pesar de suscribir acuerdos legales que prohíben estas prácticas (Acuerdo Marco de Compensación de 1998), no limitan el uso de sus marcas en películas aptas para niños o incluso específicas de niños. Aunque Hollywood asegura que no cobra por estos conceptos, es indudable que está ayudando a las tabacaleras a que otra generación se haga adicta a la nicotina. ¿Corruptos o estúpidos? Ésta es la pregunta que se hace el movimiento Smoking Free Movies de Estados Unidos. Bajo conceptos como la libertad de expresión y las alternativas creativas se oculta la publicidad ilícita de productos⁵. Las denominadas prácticas de autorregulación no se cumplen nunca y surgen para evitar la legislación pública. Así ha sucedido con los medios de comuni-

cación escritos^{6,7} y sucede también con todo tipo de vehículo publicitario, incluido el cine.

Exposición y respuesta a escenas de fumadores en el cine

Por todos es conocido el significado de dos rombos blancos en la parte superior derecha de la pantalla, o del mensaje que indica que una película no es apta para menores, o de la leyenda que advierte de diálogos explícitos, como medidas que han servido para catalogar películas que contienen escenas sexuales, violentas o con lenguaje inapropiado. A estos tres ámbitos se debería sumar el tabaco.

Fumar es un aprendizaje. De modo constante los niños y niñas aprenden a lo largo de su infancia a identificar el tabaco con el mundo adulto a través de sus padres, profesores y amigos, y también mediante modelos sociales que les llegan por diferentes medios de comunicación: prensa, cine, televisión, publicidad o Internet. La adolescencia es un momento evolutivo complejo, cuyos protagonistas quieren entrar en el mundo adulto, y es un periodo crítico para el inicio del consumo de sustancias adictivas⁸.

Uno de los factores que más influyen en que niños y jóvenes inicien este consumo es su exposición repetida a películas en que los actores aparecen fumando. Numerosos estudios documentan que los jóvenes que ven fumar en las películas tienen más posibilidades de ser fumadores. Existe una relación estrecha entre el número de veces que ven estas escenas y la posibilidad de que se inicien en la adicción. Un informe realizado por pediatras de cuatro hospitales universitarios de Estados Unidos con 4.919 escolares de 9 a 15 años permitió comprobar que entre los que habían visto menos de 50 escenas de tabaco fumaba el 5%, mientras que entre los que habían visto más de 150 escenas fumaba el 31%⁹. En un artículo publicado en *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*¹⁰ en el año 2007, por miembros del Departamento de Pediatría de la Dartmouth Medical School de New Hampshire y de las universidades de Oregon y Iowa, se estudió la asociación entre el grado de exposición de los adolescentes a escenas de tabaco en las películas y su consumo. El estudio fue realizado con 6.552 adolescentes de edades comprendidas entre 10 y 14 años en el momento del inicio, que fueron entrevistados a los 8 (n = 5.503), 16 (n = 5.019) y 24 meses (n = 4.757). Para evaluar la exposición se seleccionaron cada año y durante un periodo de cinco años (1998 a 2002) las 100 películas consideradas como éxito de taquilla. Los resultados mostraron que la exposición repetida a escenas en las cuales los actores fuman predice la conversión de un 3% de los adolescentes más jóvenes en fumadores estables (definido el hábito estable como haber fumado más de 100 cigarrillos durante su vida), y que el efecto de la exposición es independiente de la edad y de otros factores importantes, como que padres, hermanos o amigos sean fumadores. La conclusión es que los adolescentes que ven más escenas con presencia de tabaco no sólo se encuentran en mayor riesgo de iniciarse como fumadores, sino de convertirse en adictos.

Sargent et al¹¹ estudiaron la presencia del tabaco en 250 películas desde 1988 a 1997, analizando las marcas que aparecían antes (1988-1990) del acuerdo voluntario de autolimitación suscrito por la industria y comparándolas con las que se veían con posterioridad a dicho acuerdo (1991-1997). La presencia de imágenes con tabaco y marcas no se modificó por la suscripción del acuerdo. Además, las marcas más presentes en las películas eran también las más publicitadas en otros medios, lo que sugiere una estrecha relación entre su aparición en las películas y la publicidad de la marca. El mismo grupo de investigadores observó, en otro estudio¹² realizado con 2.603 niños no fumadores de 10 a 14 años, que después de 2 años de exposición a películas con presencia de tabaco el 10% había fumado o lo habían

intentado, y pudieron observar que a mayor exposición se había producido también una mayor iniciación. Igualmente pudieron observar que, entre los hijos de no fumadores, el 52,2% de las iniciaciones al tabaco podía atribuirse a la influencia de las películas.

Otro aspecto estudiado es la influencia que tiene la clasificación de las películas en la exposición de los adolescentes a escenas relacionadas con el tabaco. Dalton et al¹³ observaron que los adolescentes que presenciaron películas clasificadas R, que conllevan mayor presencia del tabaco en sus escenas, eran significativamente más susceptibles al consumo de tabaco y alcohol que aquellos otros que no habían visto estas películas. El 35% de los que vieron películas clasificadas R había probado el tabaco, frente al 12% de los que habían visto estas películas sólo parcialmente y al 2% de aquellos a quienes no se había permitido verlas. Después de excluir la influencia de otros factores personales, familiares y ambientales, la predisposición a fumar fue significativamente menor (riesgo relativo: 0,29; intervalo de confianza del 95%: 0,19-0,45) en aquellos que tenían completamente restringido el acceso a estas películas frente a los que no habían tenido restricciones para verlas. En un estudio¹⁴ más reciente, publicado en 2008, se investigó la influencia de este tipo de exposición en niños con edades comprendidas entre 9 y 12 años. En 26 escuelas fueron reclutados 2.627 niños, de los cuales se incluyeron 2.499 que no habían intentado fumar previamente. El contenido general de las películas con escenas cuyos actores fumaban fue codificado de acuerdo con la normativa de Estados Unidos (tabla 1). La recogida de los datos se hizo en tres oleadas: en la línea de partida del seguimiento y en dos controles con un año de separación entre ellos. La exposición a las escenas de tabaquismo fue analizada al final del estudio en cuanto a su relación con la edad de inicio del consumo de tabaco. El 80% de la exposición de los niños a escenas en que los actores fuman ocurrió en películas clasificadas como G, PG y PG-13. Se pudo observar que el grado de exposición a estas escenas predice el inicio del consumo, y la exposición precoz tiene tanta influencia en el inicio como la exposición más tardía. La exposición era la causa de una tercera parte de las iniciaciones en este grupo de edad.

Medidas propuestas en Estados Unidos

A partir de los hallazgos descritos en el apartado anterior, que demuestran que la exposición de niños y adolescentes a escenas de consumo de tabaco en las películas aumenta las posibilidades de que prueben el tabaco y se vuelvan fumadores regulares, en Estados Unidos se ha puesto en marcha un movimiento llamado Smoke Free Movies para sensibilizar y movilizar a la opinión pública para conseguir disminuir o eliminar la presencia del tabaco en las películas¹⁵. Esta iniciativa, liderada por el profesor Stanton Glanz, de la Universidad de California, a través de la página <http://smokefreemovies.ucsf.edu>, ofrece abundante información e incluye propuestas de actuación, de las cuales las principales se recogen en la tabla 2^{3,15}.

Desde el año 2000, Smoke Free Movies realiza una campaña dirigida a la opinión pública con información en periódicos y revistas como *The New York Times*, *Variety*, *San Francisco Chronicle* y *Washington Post*, sobre la colaboración de las industrias del cine

Tabla 1
Clasificación de las películas según la normativa vigente en Estados Unidos

G-rated:	para todos los públicos.
PG-rated:	algún material puede no ser adecuado para los niños.
PG-13:	algún material puede no ser apropiado para niños menores de 13 años.
R-rated:	los niños menores de 17 años requieren el acompañamiento de sus padres o de un adulto.

Tabla 2

Propuestas de actuación de Smoke free movies para controlar la presencia del tabaco en las películas (<http://smokefreemovies.ucsf.edu>)

1. Certificado de no haber recibido pago ni compensación alguna por usar o mostrar tabaco en la película. Este certificado debe estar visible en los títulos escritos del final de la película.
2. Los estudios de cine y las salas de exhibición deberían realizar un spot publicitario antitabaco para ser pasado antes de la proyección de películas que contengan imágenes con presencia de tabaco.
3. No incluir en las películas imágenes que permitan identificar marcas concretas de forma directa o indirecta.
4. Todas las películas que contengan imágenes relacionadas con el consumo de tabaco deberían ser clasificadas para adultos. La única excepción la constituirían aquellas películas en que la utilización del tabaco muestra de forma clara los peligros y las consecuencias que su consumo produce.

y del tabaco, denunciando intereses y actitudes de productores, guionistas, directores y actores, y las repercusiones de este tipo de prácticas comerciales sobre niños y jóvenes. Este movimiento ha conseguido un impacto social importante en Estados Unidos y en otros países, consiguiendo una presencia pública elevada en los medios de comunicación en forma de debates o anuncios (fig. 1), y ha obligado a Hollywood a modificar, al menos en público, su actitud.

Del mismo modo que existe un movimiento externo a la industria del cine que trata de evitar que las películas sean un vector de propagación de la epidemia tabáquica, algunos sectores ligados al mundo del cine, más concienciados sobre el problema, lo han utilizado para denunciar la manipulación. La película *El dilema*, que trata de la libertad de expresión, las multinacionales sin escrúpulos y el tabaco, es el intento más serio al respecto. Basada en un hecho real, cuenta la historia de Jeffrey Wiggand, alto ejecutivo e investigador, despedido por una industria tabacalera por denunciar cómo se manipulaba genéticamente la planta del tabaco para hacerla más adictiva a la nicotina. Hoy, Jeffrey Wiggand es presidente de una ONG antitabaco (Smoke-Free-Kids) y la película se ha convertido en el estandarte de la lucha contra el tabaquismo. Aunque recibió varias nominaciones a los Oscar no consiguió ninguno, pero sí el galardón Pulgares Arriba (mejor película antitabaco del año 1999), concedido por la Asociación Americana del Pulmón (ALA).

Situación en España

La situación en la Unión Europea no es muy diferente de la de Estados Unidos, y el problema adquiere características similares¹⁶⁻¹⁹. En algunos países, como Alemania, se han realizado estudios acerca de la influencia de la exposición a imágenes de tabaco en las películas y su consumo por adolescentes, y los resultados son similares, pero a diferencia de lo que sucede en Estados Unidos, en Europa no existe aún un movimiento reivindicativo fuerte que reclame la exclusión del tabaco de las películas.

Si bien en España no se dispone de referencias constatadas, se puede observar empíricamente cómo en la televisión y en el cine siguen apareciendo actores fumando. La prohibición de la publicidad directa en los medios deja el camino libre para la inversión publicitaria en el cine y las series de televisión. Es común observar fumar en las series más populares, y algunos actores y directores españoles hacen gala de ello supuestamente por exigencias del guión²⁰.

Las imágenes de actores fumando pueden ser tan nocivas para la salud de los menores como la pornografía o la violencia²¹. La extrapolación a España de algunas de las medidas propuestas en Estados Unidos no parece posible. Recientemente se demandó al Ministerio de Cultura que las películas en que exista una presencia

[UNO DE UNA SERIE]

Ya existe la evidencia. Las autoridades medicas a nivel global y las de los Estados Unidos concuerdan. Ya llegó la hora en que Hollywood debe de tomar muy en serio el fumar en la pantalla.

Las estrellas del cine no tienen que encontrar un remedio para el cáncer. Pero por lo menos podrían evitar ser los causantes.

LA ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD

"El hecho de fumar en las películas es un problema mayor a nivel mundial, porque representa una fuerza de promoción más poderosa... No solo anima a los niños a empezar a fumar, sino que también ayuda a reforzar en el mundo la imagen de la industria tabacalera... La industria cinematográfica Norteamericana desempeña un papel crucial en la creación de este problema, debido al alcance mundial de las películas que produce y de su papel como ejemplo para otros conductores de cine."

American Medical Association
La Asociación Médica Norteamericana

Médicos dedicados a preservar la salud de Norteamérica. "Estamos de acuerdo de que el hecho de fumar en las películas es un mensaje gratuito, que no sirve ningún propósito más que el de hacer más atractivo a fumar en forma inapropiada el hecho de fumar como un comportamiento aceptado. Esto es particularmente problemático cuando se aplica a los jóvenes, ya que se ha demostrado en varios estudios de que fumar en las películas representa un factor de riesgo en el inicio del hábito de fumar entre los adolescentes... También damos nuestro apoyo a los estrictos reglamentos europeos para la reducción del uso del tabaco en las películas."

Las grandes Tabacaleras son la causa principal de muerte evitable. Sin embargo, estelitas como Julia Roberts y Brad Pitt hacen atractivo un producto mortal a través de películas que se proyectan en el mundo entero. Imagínate el caos que podrían hacer si solo dejarían de fumar en sus películas. ¿Y si además de lo que se les ha revelado, ¿quitaría Usted?

Desde las películas El tercer hombre, la industria del Tabaco mantuvo a más mujeres y hombres en los Estados Unidos que el SIDA, el cáncer en estado de metástasis, las drogas ilegales, las hemorragias y los accidentes automovilísticos.

En los próximos diez años más de cinco millones de personas morirán a nivel mundial por enfermedades relacionadas al tabaco tal como: enfermedades cardiovasculares, cáncer.

A los quince años de edad, uno de cada diez niños ya será un adulto. La mayoría optará por ser adulto, pero los que no lo harán, uno de cada tres analizará su vida y su salud en los próximos años. En los Estados Unidos cada día dos mil jóvenes se vuelven adultos al tabaco. En los países en desarrollo, en donde no se conocen muy bien los peligros del tabaco y en donde la comercialización del tabaco por las Tabacaleras no está regulada, el tabaco generará más de un millón de muertes al año.

Entre en los Estados Unidos como



Julia Roberts y Brad Pitt ambos aparecen al público como para que fumen en películas como en la película "Cachibola" por lo que harían una fortuna de millones de dólares de ganancias. ¿Cachibola por fumar en las películas de las Tabacaleras?

En los 60, las pantallas gigantes y los millones de videos, mostraron más escenas de tabaquismo que durante el medio siglo anterior y con más estrellas promoviendo nuevas películas.

Entre 1960 y 2000 el tabaquismo está presente en el 80% de las películas y videos transmitidos a millones de Estados. En estas películas dirigidas hacia los jóvenes, el tiempo de escena con tabaquismo ha aumentado en un 30% durante el mismo periodo.

En las películas de los últimos diez años que han sido estrenadas recientemente muestran que en la pantalla, el tiempo de fumar es un importante mensaje de advertencia a los niños.

A JIMMYE DUNN, UNO DE LAS MADRES DE JULIA ROBERTS, EN EL TRÁFICO DEL TABACO: "En el tráfico del tabaco, los niños no son parte del negocio."

A JIMMYE DUNN, UNO DE LAS MADRES DE JULIA ROBERTS, EN EL TRÁFICO DEL TABACO: "En el tráfico del tabaco, los niños no son parte del negocio."

A través de la corrupción o de la manipulación, las películas de Hollywood se han vuelto uno de los últimos conductos por los cuales la industria del Tabaco alcanza a ser presentada en los Estados Unidos y en el mundo.

En 1998 la industria del tabaco promueve el uso de tabaco en películas. Sin embargo, el fumar en la pantalla es considerado un acto de violencia en la industria del tabaco. En un estudio reciente, se encontró que el 80% de los productores de películas en los Estados Unidos, en su mayoría, no están dispuestos a aceptar el uso de tabaco en sus películas.

En 1998 la industria del tabaco promueve el uso de tabaco en películas. Sin embargo, el fumar en la pantalla es considerado un acto de violencia en la industria del tabaco. En un estudio reciente, se encontró que el 80% de los productores de películas en los Estados Unidos, en su mayoría, no están dispuestos a aceptar el uso de tabaco en sus películas.

Aprenda más en SmokeFreeMovies.ucsf.edu



Aprenda más en SmokeFreeMovies.ucsf.edu



Figura 1. Anuncios publicados por Smoke Free Movies en The New York Times y Variety (disponibles en <http://smokefreemovies.ucsf.edu>).

excesiva e injustificada del tabaco sean clasificadas como No recomendables o con una R (Restringida). Esta medida parece más adecuada para la cultura norteamericana, pero poco útil para España, donde las restricciones por otros motivos (sexo, violencia, etc.) no tienen el mismo valor moral y carecen de impacto real, por lo que resulta necesario valorar otras alternativas mucho más próximas a nuestra cultura y por ello más factibles, como puede ser exigir a los responsables de las producciones audiovisuales con escenas de tabaco un certificado de no haber recibido compensaciones, ni en dinero ni de tipo promocional, de la industria tabacalera ni de sus fundaciones y organismos pantalla, como el Club de Fumadores por la Tolerancia. Este certificado debería aparecer en los títulos de crédito de las películas.

Otra medida de utilidad es que aquellas salas donde se proyecten películas con escenas de tabaco incluyan, antes y después, anuncios del Ministerio de Sanidad recordando que el tabaco es adictivo y perjudicial para la salud; con ello se trata únicamente de que los mensajes de salud no estén en inferioridad de condiciones respecto a las imágenes que promueven su consumo.

Además de las propuestas anteriores, generadas en Estados Unidos, en España, donde existe una dependencia importante de las producciones cinematográficas de subvenciones del Ministerio de Cultura, también podría ser de aplicación que entre las condiciones para acceder a estas subvenciones figurase el control sobre la presencia del tabaco en las películas.

El Movimiento de Prevención del Tabaquismo en España denuncia que en el cine de Hollywood y en el español se puede presuponer que sucede igual (aunque este tipo de contrataciones no está constatado en España). En las películas se continúa fumando igual que hace 50 años²², pese a que hoy la apreciación sobre los efectos perjudiciales del tabaco es mucho mayor, por lo que se tendría que valorar si deben subvencionarse con dinero público producciones cinematográficas que, al margen de sus

valores artísticos, promueven entre los menores conductas no saludables como el consumo de tabaco, alcohol o drogas ilegales. Entre las películas españolas con exceso de humo se pueden incluir todas las de la serie *Torrente*, *Un franco, 14 pesetas*, *Siete Vírgenes*, *Airbag*, *Camarón*, *Historias del Kronen*, *Volando voy* o *You're the one*, y también la práctica totalidad de las series televisivas. En algunas series, como *Aquí no hay quien viva*, se promueve el consumo presentando a los fumadores como gente simpática y divertida, y a los no fumadores como serios, amargados e intolerantes. La televisión no debería promocionar un producto cuyo consumo es nocivo para las personas.

Fernando Colomo reconoció, en la presentación del Día Mundial sin Tabaco del año 2003, celebrado bajo el eslogan *Cine sin tabaco* (fig. 2), la influencia de la imagen en hábitos de consumo poco recomendables, como el tabaco, y se mostró partidario de que el mundo del cine se responsabilizara de no favorecer la expansión del tabaco sino todo lo contrario, y aunque reconoció que el cine negro es inconcebible sin el humo difuminado de las películas de Bogart, señaló también que, en aquella época, no se conocía la influencia nociva del tabaco²³. Otros profesionales rechazan las medidas propuestas para combatir el problema, que consideran innecesarias y exageradas. Aseguran desconocer la existencia de subvenciones de las tabacaleras a la industria del cine para promocionar de manera indirecta el consumo de tabaco y captar menores. El director Manuel Hueriga²⁴ considera que no hay que echar siempre la culpa al cine de todo lo malo que sucede, como la violencia y, ahora, el tabaco. El cine se limita a reflejar la realidad. Aunque es fumador, se manifiesta contrario a que sus hijos hereden el vicio, y considera que, de ser cierto, sería algo muy perverso que las tabacaleras financiaran que los actores fumen para enganchar a los menores.

José Corbacho²⁴ califica el tema como delicado: Me preocupan más las películas en que hay carreras de coches, disparos y guerra,

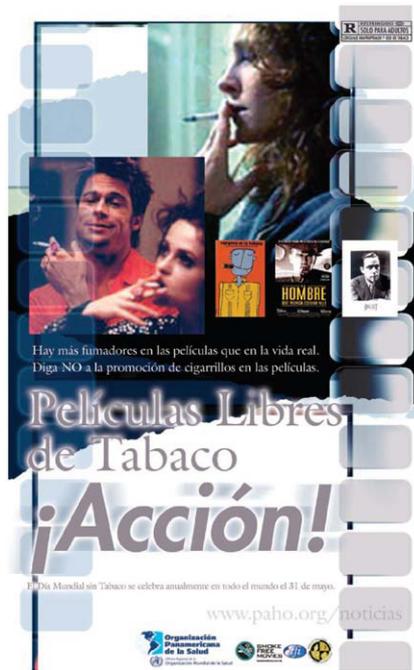


Figura 2. Cartel del Día Mundial sin Tabaco del año 2003, dedicado al mundo del cine (disponible en <http://www.paho.org/Spanish/AD/SDE/RA/t03Spa.pdf>).

y sobre todo que una película sea mala o sea buena, y advierte que los guiones son siempre ficción y que la educación corresponde más a los padres que al cine. Sin embargo, no rechaza las medidas propuestas por el Movimiento de Prevención del Tabaquismo: Tendrían sentido para proteger a los menores. Se encendería la alarma roja si se demuestra que una tabacalera financia películas para enganchar a los menores en el consumo de tabaco. El presidente de Filmax, Julio Fernández²⁴, considera inadmisibles la calificación y asegura que la acusación de que las tabacaleras pagan sencillamente no es verdad. Fumar en la calle es tan real como la vida misma. El cine se limita a reflejarla. No está prohibido, y a este respecto, el día en que nadie fume, nadie fumará en las películas. Una portavoz de Tele 5 asegura que las series de la cadena reflejan situaciones cotidianas, y que la cadena no tiene una actitud fundamentalista antitabaco ni permite la promoción de este producto a menores²⁴.

Estos argumentos son los mismos que ha utilizado Hollywood hasta que la evidencia de la financiación ha sido tal que no les ha resultado posible continuar negándolo. Es evidente que un sector del cine español es parte, consciente o inconscientemente, de los actores protabaco en España²⁵, y que estas prácticas afectan también a otros ámbitos, como los medios de comunicación escritos^{26,27}. Las medidas propuestas para eliminar el problema son razonables, y aspectos como el compromiso explícito de los productores de no haber recibido financiación de las tabacaleras para acceder a subvenciones públicas deberían ser adoptados por el Ministerio de Cultura.

Estas prácticas son muy antiguas en España. Las marcas de Altadis son las que más aparecen en las películas, utilizando de esta manera la publicidad encubierta. En *Carne trémula* (1997), de Pedro Almodóvar, Liberto Rabal pasa por delante de una valla publicitaria de Fortuna en la escena de su salida de la cárcel, una forma más de trasladar a los adolescentes la asociación entre tabaco y libertad que presentan los anuncios de cigarrillos. Carmen Maura fuma la misma marca en *Cómo ser mujer y no morir en el intento* (1991). También aparece la cajetilla de Fortuna en la película *Los mejores años de nuestra vida*. En la primera

película española ganadora de un Oscar, *Volver a empezar* (1982), de José Luis Garci, uno de los protagonistas fumaba ostensiblemente Ducados. Lucky Strike aparecía en la teleserie *Lleno, por favor*, de Antena 3, y en la película *Últimas tardes con Teresa*, de Gonzalo Herralde.

La Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (FACUA) ha denunciado que las agencias especializadas se encargan de colocar las marcas comerciales en las producciones cinematográficas y televisivas, llegando a manipular los guiones para crear escenas donde el producto sea el protagonista. Un estudio²⁸ realizado por FACUA que analizó 100 películas reveló que en casi la cuarta parte podían verse marcas de cigarrillos, y *Marlboro* era la que más presencia tenía. El mismo análisis realizado durante 5 años (entre octubre de 1994 y diciembre de 1999) en 36 series de televisión de producción nacional descubrió, entre las 491 marcas detectadas, 15 de tabaco (Camel, Ducados, Ducados Rubio, Farias, Fortuna, L&M, L&M Light, Lucky Strike, Marlboro, Marlboro Light, Montecristo, Nobel, Sunset, Winns y Winston).

Otros aspectos, como la presencia de prestigiosos cineastas en organismos como la Fundación Altadis, y la influencia que este hecho pueda tener en la aparición de marcas comerciales de Altadis en películas y series de televisión españolas, confirman la necesidad de evitar este tipo de relaciones entre ambas industrias.

Aunque no se dispone aún de publicaciones científicas al respecto, empíricamente es posible comprobar que estas prácticas han aumentado en España desde la entrada en vigor de la Ley 28/2005 que prohíbe la publicidad directa, lo cual han señalado diversos autores en algunos eventos científicos^{29,30}.

Conclusiones y perspectivas

El futuro, decía Woody Allen, es el lugar donde pienso pasar el resto de mis días, pero el futuro pertenece fundamentalmente a los jóvenes y no se puede permitir que esté condicionado por los intereses comerciales de la industria del tabaco, de las empresas de *product placement* y de las productoras cinematográficas. Por ello, es fundamental que las administraciones públicas adopten medidas que hayan demostrado ser eficaces para prevenir el consumo de tabaco por niños y jóvenes. Además de medidas de probada eficacia, como dificultar el acceso al tabaco mediante la subida de los precios y la limitación de los puntos de venta, la prohibición absoluta de la publicidad es un aspecto fundamental de la prevención del tabaquismo en niños y jóvenes, y ello debe incluir también la publicidad encubierta, indirecta o subliminal, y la que utiliza como vehículo de transmisión los productos audiovisuales.

Todos los realizadores de obras audiovisuales deberían ser conscientes de la forma en que moldean la conducta de los espectadores. Esta influencia parece decisiva cuando los espectadores son menores de edad. La libertad de expresión y de creación artística no es neutral, conlleva siempre una toma de posición y debería ser compatible con la evidencia científica. Es necesario que ante un problema de salud pública de primera magnitud, creadores, guionistas y productores tengan en cuenta la influencia de sus productos sobre los jóvenes.

Este posicionamiento no implica coartar la libertad de creación. Reflejar una realidad como el tabaquismo no debe suponer necesariamente inducir a su consumo, pero mucho menos aceptable es la manipulación de dicha realidad, sacándola del contexto. Es necesario que la información que se ofrece en las películas y series televisivas se ajuste a la realidad. Exagerar el consumo, en la pantalla, de personajes que representan a sectores sociales con un consumo mucho menor en la realidad, es una manipulación interesada.

El cine debe asumir un proceso similar al que han vivido los medios de comunicación en España, que durante muchos años han vivido en la dicotomía entre sus ingresos económicos procedentes de la publicidad y la necesidad de transmitir a la población información objetiva respecto al tabaco. No se puede repetir aquí la misma historia, justificada con los mismos argumentos que ya han sido desmontados en Hollywood.

El movimiento de prevención en Estados Unidos señala que si Hollywood ya no cobra de las empresas tabacaleras y, sin embargo, sigue haciendo publicidad encubierta del tabaco, los productores son corruptos o estúpidos, y que los consejos de administración de las compañías cinematográficas deberían investigar cuál de ambos calificativos se ajusta más a la verdad. En España, la práctica del *product placement* está muy extendida. ¿De verdad creen aquellos que niegan o dudan de que la presencia del tabaco en las películas esté financiada, que esta presencia es distinta de la de otros productos como la leche, los zumos, el aceite, la mantequilla, los refrescos u otros productos con ostentación de marca? ¿Corruptos o estúpidos?

La prevención del tabaquismo debe librarse desde diferentes frentes y es necesario denunciar las prácticas publicitarias encubiertas que están contribuyendo a que miles de jóvenes se enganchen al tabaco cada año. A los expertos en prevención del tabaquismo les preocupa mucho la relación entre tabaco y celuloide, porque se trata de uno de los factores que más influyen y atraen a los menores para iniciarse en el consumo³¹. La industria tabacalera presenta el hecho de fumar como un acto habitual y mayoritario entre la población, generando modelos y usando posteriormente esta proyección social para defenderse frente a cualquier intento de regulación del consumo. Es preciso recordar la importancia del Ministerio de Cultura^{32,33} en la subvención de la industria cinematográfica española, para lo que debería utilizar como criterio no aportar dinero a películas que promuevan hábitos de vida poco saludables. La administración no debe aceptar códigos de autorregulación y de buena conducta que nunca se cumplen. Es su obligación elaborar normas que garanticen el derecho a la salud de la población y limiten prácticas como las que se ven en el mundo del cine en particular y del ocio ligado a la imagen en general.

Bibliografía

- Barrueco M. De Humphrey Bogart a Julia Roberts. Hollywood, el tabaco y el movimiento de prevención del tabaquismo. *Prevención del Tabaquismo*. 2003;5:29-37.
- Salvador-Llivina T. Condicionantes del consumo de tabaco en España. *Adicciones*. 2004;16(Supl 2):25-58.
- Buscador de revistas médicas en Internet. Salamanca: Departamento de Medicina de la Universidad de Salamanca (actualizado 24 de marzo 2008; citado 24 de marzo 2008). Disponible en: <http://smokefreemovies.ucsf.edu/problem/bigtobacco.html>.
- Stockwell T, Glanz SA. Tobacco use is increasing in popular films. *Tob Control*. 1997;6:282-4.
- Buscador de revistas médicas en Internet. Salamanca: Departamento de Medicina de la Universidad de Salamanca (actualizado 24 de marzo 2008; de marzo 2008). Superman II recibió \$43,000 para promover los Marlboros entre los jóvenes, ¿por qué Men in Black II haría lo mismo de forma gratuita? Disponible en <http://www.smokefreemovies.ucsf.edu>.
- Campos A. Los empresarios del tabaco en contra del consumo de menores. *Dinero y Salud*. 2001;46:46-7.
- Soto-Mas F, Villalbí JR, Granero L, et al. Los documentos internos de la industria tabaquera y la prevención del tabaquismo en España. *Gac Sanit*. 2003;17 (Suppl 3):9-14.
- López Novoa M, Pereira Domínguez MC. Valoraciones educativas sobre el tabaco y la publicidad: la necesaria intervención pedagógica. *Revista Galega do Ensino*. 2002;35:149-76.
- Buscador de revistas médicas en Internet. Salamanca: Departamento de Medicina de la Universidad de Salamanca (actualizado 24 de marzo 2008; citado 24 de marzo 2008). La mirada crítica de Jockin Bullying. Problemática adolescente. 2007. La publicidad encubierta del tabaco influye en los adolescentes a ser fumadores. Disponible en: <http://www.argjokin.blogcindario.com>.
- James D, Sargent JD, Stoolmiller M, et al. Exposure to smoking depictions in movies-its association with established adolescents smoking. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 2007;161:849-56.
- Sargent JD, Tickle JJ, Beach ML, et al. Brand appearances in contemporary cinema films and contribution to global marketing of cigarettes. *Lancet*. 2001;357:29-32.
- Dalton MA, Sargent J, Beach ML, et al. Effect of viewing smoking in movies on adolescent smoking initiation: a cohort study. *Lancet*. 2003;362: 281-5.
- Dalton MA, Sargent JD, Mott LA, et al. Relation between parental restrictions on movies and adolescent use of tobacco and alcohol. *Eff Clin Pract*. 2002;1: 1-10.
- Titus-Ernstoff L, Dalton MA, Adachi-Mejia AM, et al. Longitudinal study of viewing smoking in movies and initiation of smoking by children. *Pediatrics*. 2008;121:15-21.
- Glanz SA. Smoking in teenagers and watching films showing smoking. Hollywood needs to stop promoting smoking world-wide. *BMJ*. 2001;323: 1378-9.
- Hanewinkel R, Sargent JD. Exposure to smoking in popular contemporary movies and youth smoking in Germany. *Am J Prev Med*. 2007;32:466-73.
- Hanewinkel R, Sargent JD. Exposure to smoking in internationally distributed American movies and youth smoking in Germany: a cross-cultural cohort study. *Pediatrics*. 2008;121:108-17.
- Sargent JD. Smoking in film and impact on adolescent smoking: with special reference to European adolescents. *Minerva Pediatr*. 2006;58:27-45.
- Gidwani PP, Sobol A, Dejong W, et al. Television viewing and initiation of smoking youth. *Pediatrics*. 2002;110:505-8.
- Martín M, Quiles MC, López C. Los sistemas de autorregulación como mecanismos de control de la publicidad de tabaco: evaluación mediante análisis empírico. *Gac Sanit*. 2004;18:366-73.
- Liebert R, Baron R. Some immediate effects of televised violence on children's behavior. *Dev Psychol*. 1972;6:469-75.
- Kacirk K, Glantz SA. Smoking in movies in 2000 exceeded rates in the 1960s. *Tob Control*. 2001;10:397-8.
- Buscador de revistas médicas en Internet. Salamanca: Departamento de Medicina de la Universidad de Salamanca (actualizado 24 de marzo 2008; citado 24 de marzo 2008). Sanidad apuesta por evitar la promoción del tabaco en el cine y la moda. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Sanidad/apuesta/evitar/promocion/tabaco/cine/moda/elpepusoc/20030529elpepusoc_2/Tes.
- Buscador de revistas médicas en Internet. Salamanca: Departamento de Medicina de la Universidad de Salamanca (actualizado 24 de marzo 2008; citado 24 de marzo 2008). Sanidad apuesta por evitar la promoción del tabaco en el cine y la moda. Disponible en: <http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/noticia.asp?pkid=297924>.
- Granero L, Villalbí JR, Gallego R. ¿Quién se opone a la prevención? Un mapa de los actores pro tabaco en España. *Gac Sanit*. 2004;18:374-9.
- Montes J, Álvarez ML. Tabaco y medios de comunicación escritos en España: una atracción fatal. *Gac Sanit*. 2006;20:59-62.
- De Castro FJ, Hernández-Mezquita MA, Rivas JP, et al. Publicidad del tabaco en los medios de comunicación escritos. *Prevención del Tabaquismo*. 2001;3: 138-42.
- Buscador de revistas médicas en Internet. Salamanca: Departamento de Medicina de la Universidad de Salamanca (actualizado 24 de marzo 2008; citado 24 de marzo 2008). Sanidad apuesta por evitar la promoción del tabaco en el cine y la moda. En: *Facua. Persuasores ocultos. La publicidad encubierta invade las películas y las series de televisión*. Disponible en: <http://www.facua.org/es/informe.php?id=2&IdAmbito=21>.
- De la Cruz Amorós E. Tabaquismo y publicidad. V Symposium Internacional de Neumología. Málaga, 2004.
- Barrueco M. Tabaco, publicidad y contrapublicidad. En: *Tabaco, salud y sociedad. Cursos de verano 2005*. Universidad Complutense. El Escorial (Madrid), 2005.
- Sargent JD, Beach ML, Adachi-Mejia AM, et al. Exposure to movie smoking. *Pediatrics*. 2005;116:1183-91.
- Fernández Muñoz E. Cine y moda sin tabaco. *La Vanguardia* 2003; 1 junio; p. 33 (col 1-4).
- Buscador de revistas médicas en Internet. Salamanca: Departamento de Medicina de la Universidad de Salamanca (actualizado 19 de junio 2008; citado 19 de junio 2008). Sanidad apuesta por evitar la promoción del tabaco en el cine y la moda. En: *Los expertos piden al Ministerio de Cultura que se involucre en la lucha contra el tabaquismo*. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2008/05/29/tabaco/1212069620.html>.