

Marketing encubierto de tabaco y otras hierbas

Dr. Eugenio de la Cruz

La publicidad del tabaco



Como se vende una sustancia psicoactiva

- * **Dependencia:** Lo característico es que los *deseos de consumir* son habitualmente *desencadenados* por la presencia de *estímulos*.
- * **Estímulos:** Primero neutros, que por *condicionamiento clásico* o pavloviano han sido incentivados, han adquirido un *valor añadido*.
- * **Sustancia psicoactiva (nicotina)** “predispone”.

+ = **dependencia**

- * **Los estímulos** desencadenan el deseo.

Estímulos asociados al consumo

- * **Externos:** un cenicero, encender el ordenador, **ver fumar**, una canción, el **humo** del cigarrillo, el teléfono, tomar café, tomar una copa, conducir, **inhalar, exhalar**, un mechero, el paquete ... etc.
- * **Internos:** sensación de frustración, tristeza, ira, alegría, euforia, etc.
- * **Valor instrumental** de la nicotina:
 - * La potencial estimulación cognitiva
 - * El posible efecto anorexígeno para mejorar la figura
 - * **La acción facilitadora del tracto intestinal**
 - * El uso de afrontamientos negativos como el estrés
 - * El uso para suplir las carencias de habilidades sociales

Todos estos estímulos no solo recuerdan que hay que consumir sino que **exigen** que se consuma.

La experimentación en los adolescentes

- * El **balance costes-beneficios** de la conducta es percibido como **favorable**.
- * El **beneficio** procede de atribuciones derivadas del **imaginario social** creado por diversas formas de promoción y publicidad del tabaco (cine, series, videojuegos, comics, etc), dándoles un **valor instrumental**.
- * **Les venden todo lo que desea un joven:**
 - * Mayor aceptación, “ligar”.
 - * Madurez
 - * Generosidad,
 - * Sociabilidad,
 - * Independencia, libertad, amistad, compartir, liderar, proyectarse en un personaje, etc.

Documentos secretos de la industria tabacalera

PUBLICADO EN 'PLOS MEDICINE'

La industria tabacalera conocía los resortes científicos de la adicción

SINC · 03 mayo 2018 10:44

Un análisis de archivos secretos revela que la empresa Philip Morris era conocedora de los factores psicológicos, sociales y ambientales asociados al tabaquismo.

... los modelos de adicción que la empresa tuvo en cuenta desde mediados de 1990 consideraban los factores psicológicos, sociales y ambientales, de vital importancia en la adicción a los cigarrillos. Es más, les otorgaba la misma relevancia que a la nicotina...

Jesse Elias, Yogi Hendlin y Pamela Ling, investigadores de la Universidad de California. [PLOS Medicine \(2018\)](#); doi: [10.1371/journal.pmed.1002562](https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002562)

¿Hay estudios que avalan estos hechos en cine y TV?

- * Las películas con imágenes de tabaquismo guardan una **asociación causal** con el hecho de empezar a fumar

SI

Películas sin tabaco: de la evidencia a la acción

(Organización Panamericana de la salud y OMS oficina regional para las Américas, 2016).

Vinculan los anuncios de cigarrillos electrónicos a más consumo entre estudiantes

Estudio en 6920 jóvenes 10-18 años Alemania Nov 2018. ERJ Open Reserch

MADRID, 29 Nov. (EUROPA PRESS) -

Cuanto más a menudo dicen los adolescentes que han visto anuncios de cigarrillos electrónicos, más a menudo consumen cigarrillos electrónicos y fuman cigarrillos de tabaco, concluye un estudio publicado este miércoles en 'ERJ Open Research'. El análisis se llevó a cabo en Alemania, donde las regulaciones sobre publicidad de tabaco y cigarrillos electrónicos son más permisivas que en otras partes de Europa, en las que hay prohibiciones firmes para la publicidad del tabaco, pero se permiten ciertos tipos de anuncios y promociones de cigarrillos electrónicos.

Cig Electronico

anun-tuto

Mensaje que transmite.

- * Mensajes de anuncio:
 - * Amistad
 - * Aventura, Riesgo controlado
 - * Deporte
 - * Generosidad
 - * Compromiso
 - * Cuidar la salud de los demás
 - * Colaboración
 - * Desenfado
 - * Desnudez/sexo/pureza
 - * Independencia
 - * Beber y fumar
 - * Juventud
 - * Libertad
 - * Bodas, Bautizos, Comuniones
 - * Familia
 - * Restaurante/ f. pasivos

Se anuncio en diciembre de 2013 y se pretendía difundir durante el mes de enero en las siguientes cadenas de televisión vía satélite y terrestre: **Grupo Tele 5** (Tele 5, NSF), **Grupo Cuatro** (Cuatro, Divinity, Energy), **Grupo Antena 3** (Antena 3, Nova, Xplora), **Sexta& Puls**, **Discovery Max. Música en TVE.**

Publicidad cig-e. Alicante

Alicante Agosto 2019



Imágenes nocivas para la salud: “la semilla”

Lucky Luke, los Picapiedra...



Imágenes nocivas para la salud: “la semilla”

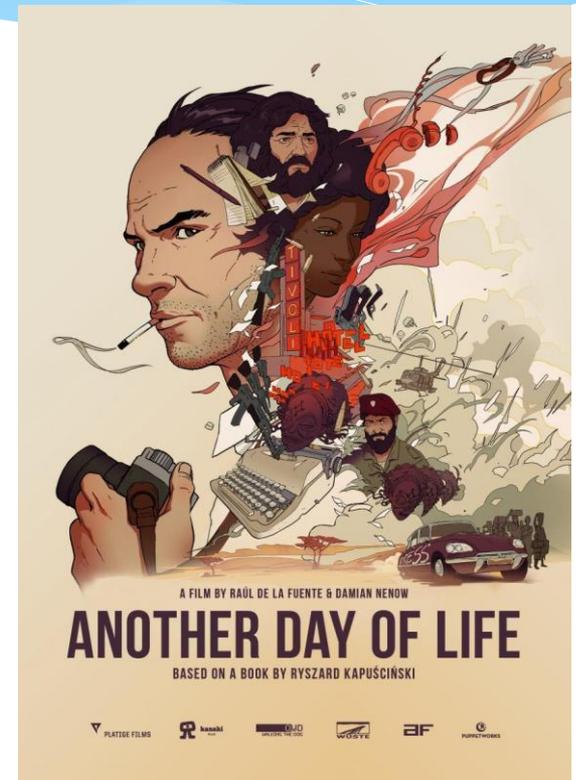
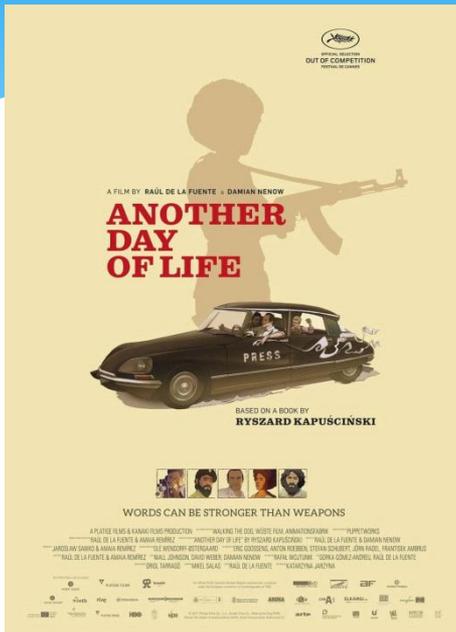


Imágenes nocivas para la salud: “la semilla”

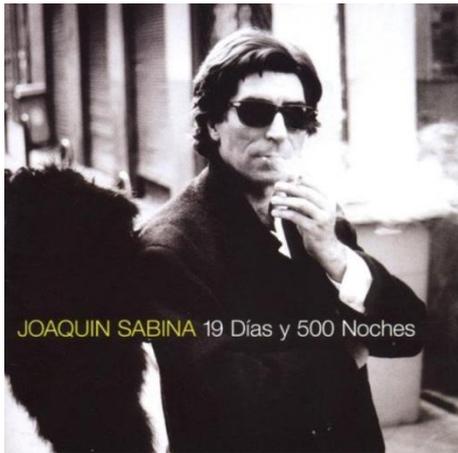
Capitán Smoker



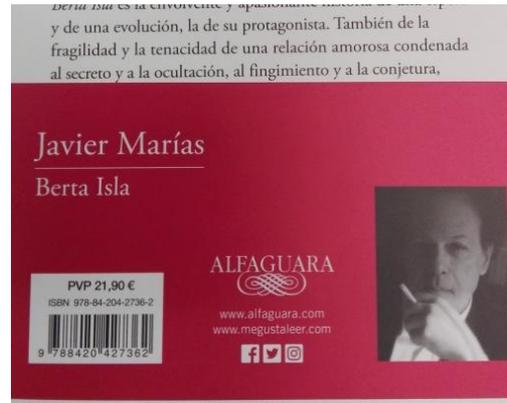
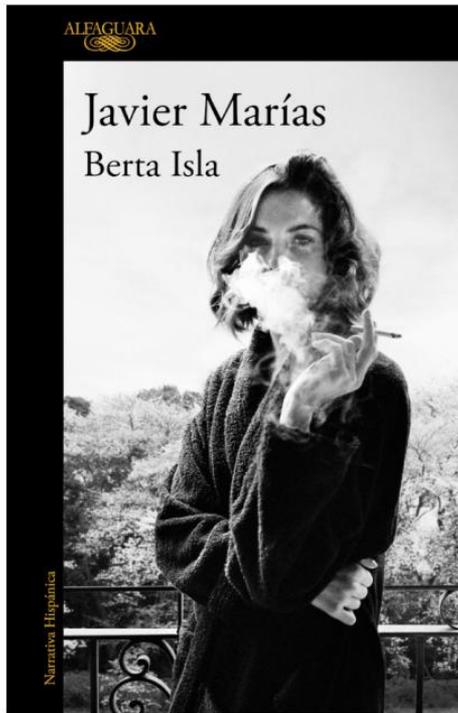
Goya a la mejor película de animación 2019



Imágenes nocivas para la salud



Libros



Club de Fumadores por la Tolerancia (al que pertenecen o han pertenecido escritores de toda clase, entre ellos Javier Marías, Moncho Alpuente, Alfonso Ussía, David Torres, Fernando Savater, Mingote y Juan Manuel de Prada)



EL MITO DEL “FUMADOR PERSEGUIDO”
05/01/2010 Dr. Rodrigo Córdoba García

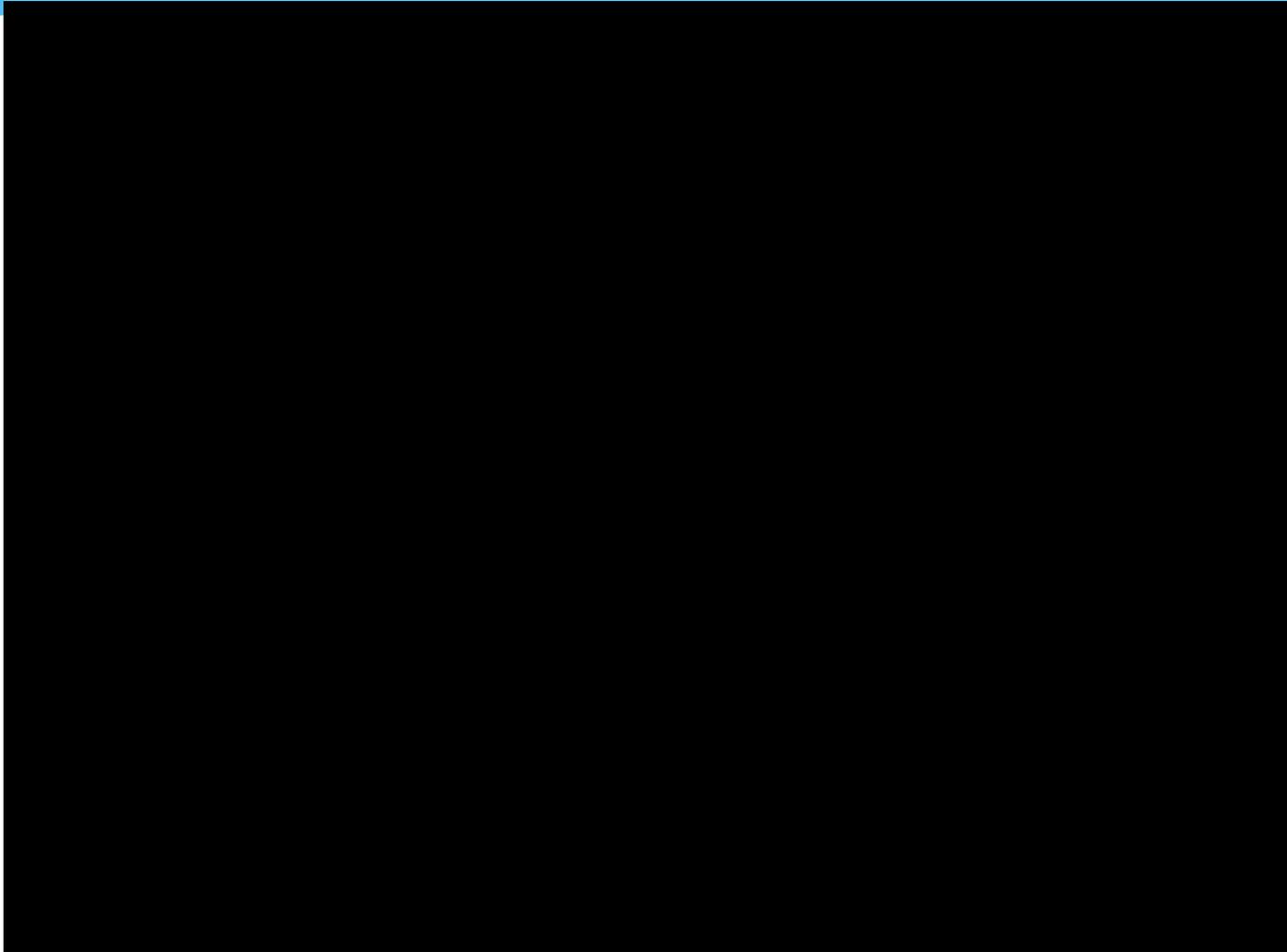
Videojuegos

- * El **nuevo escaparate** de las tabacaleras para captar consumidores, principalmente **niños y adolescentes**, estudio realizado por del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) **Mejicano y publicado en The Lancet Oncology:**
 - * En videojuegos para mayores de 10 años, la prevalencia de contenido de tabaco **aumentó de 0.8% en 2005 a 12.6% en 2011**. El héroe suele el fumador.
- * El equipo de investigación británico liderado por la psicóloga Joanne Cranwell, **analizó el contenido de los 32 videojuegos más vendidos de Gran Bretaña entre 2012 y 2013**
 - * El **44 por ciento** de estos juegos incluían imágenes de **alcohol y tabaco**. Dos de los más populares, *Grand Theft Auto V* y *Call of Duty*.
 - * Los adolescentes que habían jugado al menos un juego con imágenes vinculadas al alcohol o al cigarrillo tenían el doble de probabilidades de haber fumado o bebido
(Rev. [Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking](#))

Imágenes nocivas para la salud: video juegos



Otras hierbas



Redes sociales: influencers.

El medio de marketing perfecto

- * 88 por ciento de los jóvenes estadounidenses dicen que usan regularmente aplicaciones de redes sociales como Facebook e Instagram, y las tecnologías son notoriamente difíciles de regular.
- * Los “influencers” involucrados mas de 18 años.
- * Legalmente, cualquier persona de 13 años o más puede tener una cuenta de Instagram o Facebook.
- * Organizado eventos extravagantes en las principales ciudades del mundo con nombres como " K_Player " y " RedMoveNow " diseñados para conectarse con los jóvenes.
- * Se les anima a **compartir fotos de sus glamorosas aventuras patrocinadas por el tabaco** con amigos y seguidores en las redes sociales mediante hashtags atractivos como #iamonthemove , #decideyourflow y #mydaynow

Millones de jóvenes de todo el mundo

Redes Sociales: Influencers

Robert V. Kozinets, Universidad del Sur de California, investigación patrocinada por la Campaña [Tobacco-Free Kids](#)

* **Reclutamiento** cuestionario Facebook:

- * Invitan fiestas dan cigarrillos toman fotos y se les invitan a subirlas.
- * **Campamentos y entrenamiento:**
- * Nano-influencers 2000-3000 seguidores Indonesia y filipinas
 - * 2 semanas de campamento pagado por Industria de tabaco local.
- * Uruguay las agencias enseñan
 - * Tomar mejores fotos de marcas
 - * Iluminacion
 - * Mejor momento para publicarlo

* **Contrato laboral**

* **Estrategia de aparentar**

* **La Big Tobacco cada vez utiliza mas esta estrategia**

Influencers



██████████ [Follow](#)

338 likes 32w

██████████ 16J Se viene
#thetubenightparty #likeusargentina

██████████ Haciéndome caso siempre 😊

██████████ Lindooo 😍

██████████ Bomba 😍

██████████ Muy potro marqui

♥ Add a comment... ⋮



Night Hunters
Like This Page · August 6, 2015 · @

Ese momento en el que tu mamá se da cuenta que ya no sos el pequeño nene de antes!!!

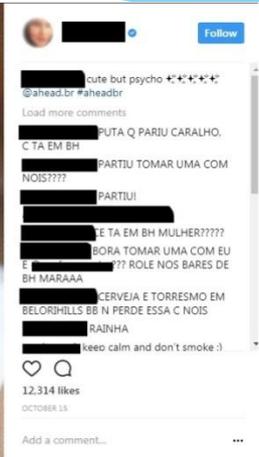
See Translation

Like Comment Share

6 people like this.

Write a comment...

<https://www.takeapart.org/wheretheressmoke/gallery/>



<https://www.takeapart.org/wheretherssmoke/gallery/>

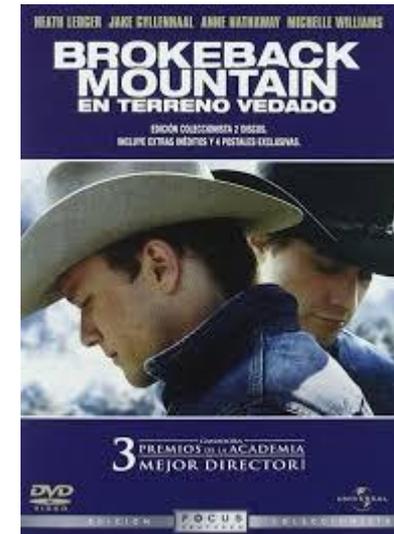
Cine y tabaco

Sin comentarios

Ver para creer



OSCAR MEJOR PELICULA 2019



Oscar al mejor guion
Adaptado 2005

Cine y tabaco próximos estrenos (12-06-2019)



El “asesino en serie (s)” de TV

- * Desde hace años **gran contenido de tabaco** (por oleadas) en las series nacionales tanto de la televisión pública y cadenas privadas incluyendo series extranjeras .
- * Lo habitual es un **consumo estudiado** en momentos clave, sin saturar al espectador...
- * **Patrón de conducta:**
 - * Últimamente temática pre CMCT-OMS otras no.
 - * Corte clásico y costumbrista
 - * Policiaca, política, **acción, hechos reales**, reivindicación femenina
 - * **Consumo en bares** y zonas prohibidas en la actualidad, trabajo.
 - * **Primeros planos** y segundos planos
 - * Saturación del color, baja iluminación, contraluces para aumentar intensidad del humo, blanco y negro ocasional
 - * Consumo congruente con la época (¿?).

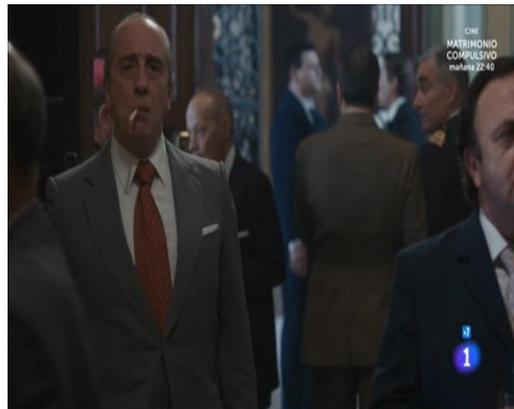
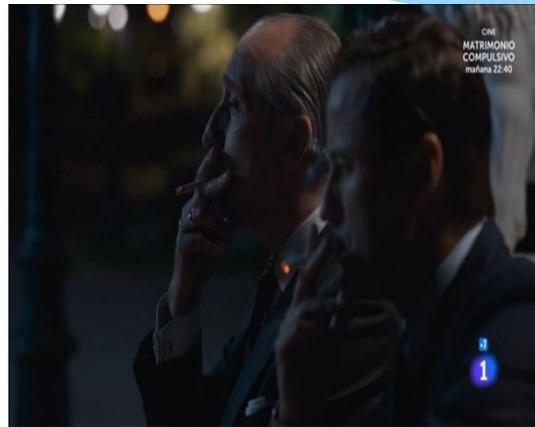
Serie "El Caso". Abril-2016



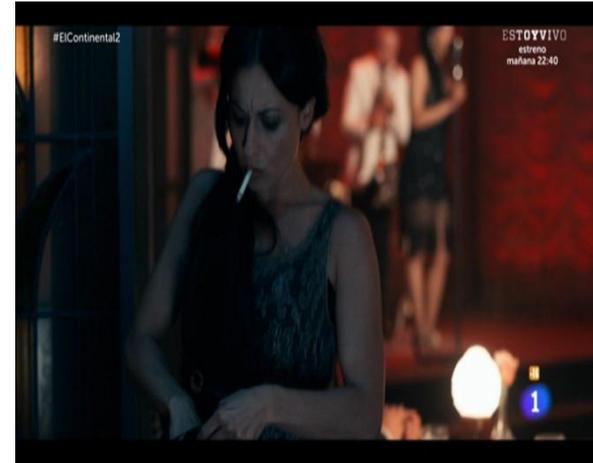
Serie Sonata del Silencio Nov 2016– Clara Campoamor Sept 2016



Serie "de la ley a la ley". Vida de Torcuato Fernández Dic-2017



Serie “El Continental”. Sept 2018

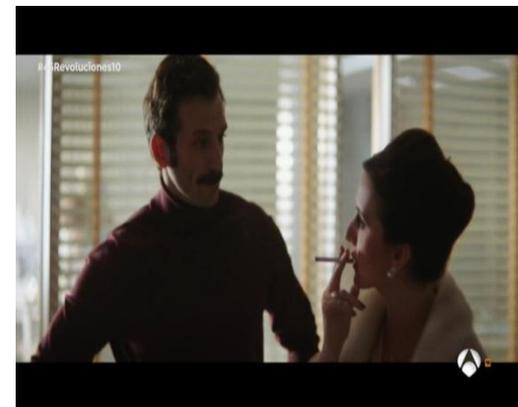
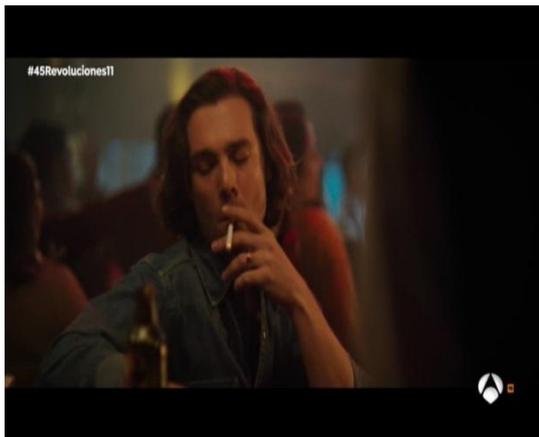


ARDE 2018



Serie 45 revoluciones. Antena 3

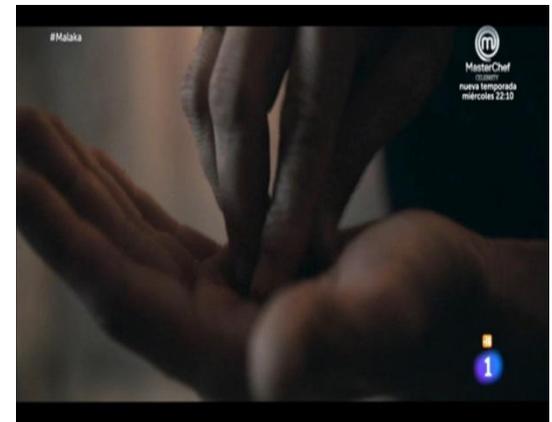
24 Mayo 2019



Anuncios Eurosport



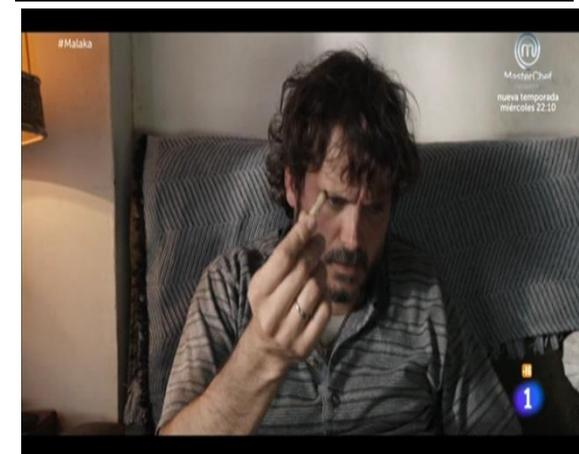
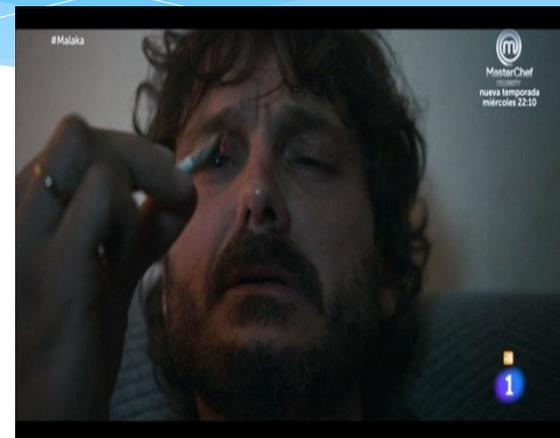
MALAKA Sept 2019 primer episodio



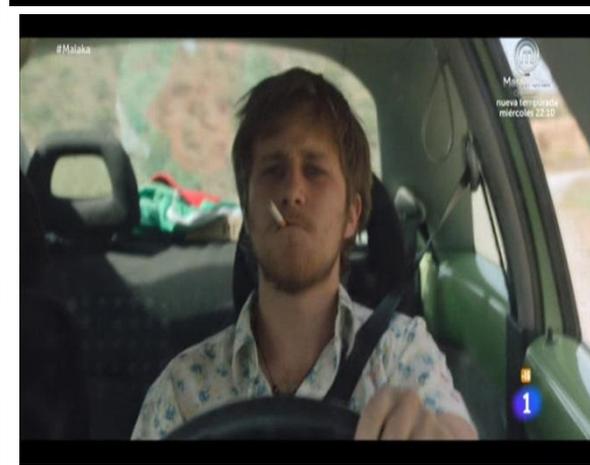
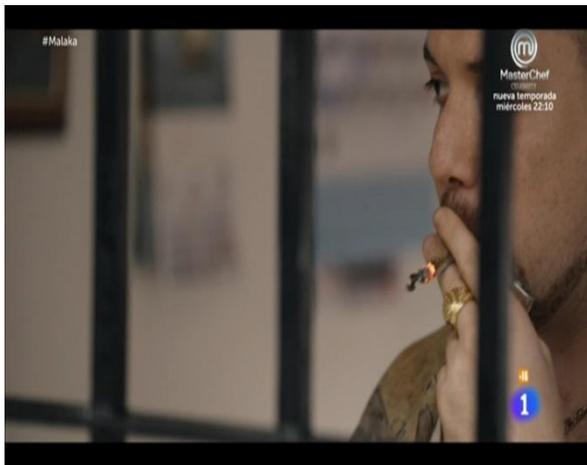
MALAKA Sept 2019 primer episodio



MALAKA Sept 2019 primer episodio



MALAKA Sept 2019 primer episodio



¿Que pasa con las Series de TV ?

ANÁLISIS / CONCEPCIÓN CASCAJOSA

¿De verdad el mundo ve series españolas?

Los contenidos televisivos viajan más que nunca, pero cabe preguntarse si algunos éxitos concretos son suficientes para sostener una explosión de producción como la que estamos viviendo en España. Según un estudio de Pina Mezzera para la revista especializada TodoTV News, en nuestro país se han anunciado 63 series, de las cuales 49 son nuevas y el resto regresan. Solo una parte de ellas está destinada a la televisión generalista, donde los datos de audiencia de la ficción empiezan a ser preocupantes. En lo que llevamos de año, de acuerdo con datos de la consultora Barlovento, sólo dos ficciones españolas han entrado entre las 25 emisiones más vistas men-

suales: el estreno de *Matadero* y el regreso de *La que se avecina*. Inundado de novedades, el público es fiel solo a ficciones veteranas, como *Cuéntame cómo pasó* y *Allí abajo*. Hay lanzamientos prometedores que se deshinchán tras pocos capítulos (*Matadero*).

En este momento, HBO España tiene en producción la adaptación de *Patria* y series de Isabel Coixet y Álex de Iglesia. Considerando que este servicio sólo está presente en un 2,9% de hogares con conexión a internet (según el Panel de Hogares de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia), la inversión forma parte de una estrategia de explotación global que, si no ofrece resultados

visibles, quedará en una experiencia aislada. En el caso de Movistar+, *La Peste* se vio en Reino Unido en BBC4, pero *La Zona*, vendida a un canal en Estados Unidos, sigue inédita un año después.

¿Existe un verdadero mercado global para las series españolas? Las ficciones internacionales de máxima audiencia, con excepción de las norteamericanas, no son productos estrella en las parrillas tradicionales. Su verdadero acomodo es ser fondo de catálogo en plataformas. La consultora EurodataTV determinó en su estudio *One Television Year in the World* que en 2018 se estrenaron más de 10.000 programas, de los cuales un 40% eran series. En un estudio complementario, la



...si algunos éxitos concretos son suficientes para sostener una **explosión de producción como la que estamos viviendo en España.**

Se han anunciado **63 series, 49 nuevas y el resto regresan**

Estudio Pina Mezzera
para la revista Todo TV.
12 de Mayo 2019 El País

Segundo Observatorio de Series

lema : mira lo que miran (90 ítems 3140 personas) Junio 2019

- * **86,2%** de los españoles ve series
- * **En el caso de los jóvenes de 14 a 24 años el porcentaje alcanza el 71%**
- * Un **62,5%** reconoce que son **muy importantes** para su vida
- * “Las series son un fenómeno social que **va mucho mas allá del contenido**”.
- * La mayoría de la población lo ha incorporado como algo **“normalizado en su vida”**
- * Muchos **seriéfilos** que declaran que en un determinado momento de su vida **los personaje** se han convertido en **referentes estéticos y actitudinales**”.

ODLS. EL OBSERVATORIO DE LAS SERIES.

Watch what they watch

my Word GOOD M.J.A.

¿Por qué El Observatorio De Las Series?

Porque es una herramienta imprescindible para todos los que buscan nuevas formas de comunicar y conectar con su target.

Porque detecta patrones y tendencias en el consumo de contenidos.

Porque ayuda a identificar dónde, cuándo y cómo conectar con tu target.

Porque es un informe inspirador a la hora de desarrollar estrategias de branded content, publicidad y comunicación comercial.

El **target** es el conjunto o público que será el futuro consumidor del artículo que se quiere promocionar

Branded Content se centra en crear contenidos que atraigan a los consumidores y que están relacionados con los valores de la marca



Sobre las series

¿Cómo protegernos de todo esto?

- * **Buscar soluciones “proactivas”.**
 - * Motivar un **cambio en el comportamiento** de la industria cinematográfica para reducir el contenido de tabaco y afines.
- * Segundo principio: Aprovechar la **acción nacional para el beneficio mundial.**
 - * Las políticas instauradas en un país pueden proteger a los adolescentes en otras partes.

Recomendaciones

- * No interferir en las formas legítimas de **expresión** y a la vez **proteger del tabaquismo (clave)**:
 - * “Exigir a industria audiovisual del entretenimiento una **certificación de que no han recibido beneficio** alguno a cambio de imágenes de tabaquismo”... Garantizar **ausencia de pagos**.
 - * La certificación debe requerir una **declaración jurada** ante fedatario de un ejecutivo responsable por cada empresa involucrada en la producción y distribución de una película.

Recomendaciones

**NINGUNA PERSONA O ENTIDAD IMPLICADA EN ESTA
PELÍCULA HA ACEPTADO NADA DE UNA EMPRESA
TABACALERA, SUS AGENTES O SOCIEDADES PANTALLA.**

Recomendaciones

- * **Dejar de identificar las marcas de tabaco.**

- * La aparición de marcas comerciales de tabaco en las películas es claramente **una forma de publicidad** y promoción del tabaco según las definiciones recogidas en el artículo 1 del CMCT de la OMS

- * **Exigencia anuncios antitabaco**

- * Estudios “ayudan a vacunar contra los efectos promocionales”
- * Fundación Mundial del Pulmón (www.worldlungfoundation.org/) anuncios antitabáquicos

Recomendaciones

- * Exigencia de **clasificar para adultos** las películas con imágenes de tabaquismo.
- * Las películas donde se fume **no deben recibir subvenciones públicas.**
- * **¡Lo pagamos nosotros!**

Recomendaciones

- * **Películas antiguas:**
 - * Populares durante decenas de años
 - * Visualizadas en múltiples formatos: Cine, TV, DVD, on line, tablet, móvil, etc
 - * Agregar etiquetas de advertencia
 - * Mensajes antitabaco
 - * Ausencia de financiación por la industria de tabaco y declaración jurada
 - * Clasificación para adultos, etc...

Recomendaciones

En la **India**, toda película o programa de televisión con imágenes de tabaquismo debe mostrar **dos veces** un aviso legal en **pantalla completa (20 seg)** y **anuncios antitabaco (30 seg)**. 2 Octubre 2012

Aviso legal

El tabaco causa cáncer, infarto de miocardio, enfermedades pulmonares y otras dolencias mortales.

Los personajes que aparecen en esta película o programa no apoyan en modo alguno el uso ni la promoción de ningún producto de tabaco, como cigarrillos, bidis, jainis, zardas, etc.



Prohibido los primeros planos

Subrotulación estática con advertencia sanitaria

Países donde existe reglamentación

- * Canadá
- * China
- * La India
- * Kenia
- * Malasia
- * Nigeria
- * Sudáfrica
- * Francia
- * Reino Unido (Liverpool)
- * EE.UU

Conclusiones

El aumento del consumo de tabaco y derivados en cine y televisión puede estar influyendo de manera decisiva en el aumento del consumo en la población española, tanto por aumentar la incorporación de adolescentes como por mantener la adicción en adultos y dificultar el cese.

En España no existe ninguna reglamentación para anular, limitar o contrarrestar las escenas de consumo de nicotina/cannabis en medios.

Es una prioridad abordar el tema del tabaquismo en cine y TV ya que sin regulación la industria de tabaco tiene completa libertad de promoción y es prácticamente imposible el control del tabaquismo.

LAS NORMATIVAS SALVAN VIDAS y evitan sufrimiento en los niños



CEMUSA

LA
publicidad
FORMA PARTE
DE NUESTRA
VIDA.



20
ANIVERSARIO
AUTO
CON
TROL

EN AUTOCONTROL, ANUNCIANTES, AGENCIAS Y MEDIOS
LLEVAMOS VEINTE AÑOS COMPROMETIDOS PARA QUE
LA PUBLICIDAD QUE TE RODEA SEA RESPONSABLE

www.autocontrol.es



@mktastrabudua

*“La buena publicidad
no se limita sólo a
hacer circular
información. Penetra
en la mente del
público con deseos y
creencias. y dependencias
(Leo Burnett)”*