

Día Mundial contra el Cáncer

La Asociación de Usuarios de la Comunicación alerta sobre el aumento del consumo de tabaco en las películas y series de ficción

Madrid, 4 de febrero de 2020. Un vacío legal permite mostrar fumando a los actores en las obras audiovisuales, mientras que se prohíbe el consumo de tabaco entre presentadores e invitados de los programas televisivos.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación considera paradójico el hecho de que la publicidad y promoción de las marcas de tabaco hayan desaparecido de los diferentes medios de comunicación, y sin embargo, cada vez sea más común ver a los protagonistas de las series de televisión fumando en pantalla.

Si hace unos años el consumo de tabaco no tenía espacio en la ficción televisiva o cinematográfica, en los últimos tiempos se ha evidenciado una presencia cada vez más extendida de ese consumo, que se visualiza tanto entre los personajes adultos como entre los adolescentes en las series dirigidas a ese target. Basta con hacer un recorrido entre las series de mayor éxito, tanto en las cadenas de televisión en abierto como en las plataformas de pago para comprobar esa profusión de fumadores que forman ya parte del paisaje audiovisual.

Este dato es especialmente preocupante si tenemos en cuenta, que, de acuerdo con la última encuesta ESTUDES (2018-2019), la edad media de inicio del consumo de tabaco está en los 14 años, con una presencia mayor entre las jóvenes que entre sus iguales masculinos. En el último año se ha producido un repunte en el consumo de tabaco entre la población estudiante (14-18 años), pasando quienes declaran haber fumado alguna vez en su vida de un 38,5% en 2016 a un 41,3% en 2018.

En la actualidad, el artículo 9 de 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, prohíbe toda clase de publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco salvo en casos muy específicos como las publicaciones profesionales; las presentaciones al sector, o las publicaciones provenientes de fuera de la UE.

La Ley prohíbe en todos los medios de comunicación, incluidos los servicios de la sociedad de la información, la emisión de programas o de imágenes en los que los presentadores, colaboradores o invitados aparezcan fumando, o bien mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos del tabaco.

Sin embargo, la Ley no menciona expresamente las películas cinematográficas o las obras de ficción que difunden las televisiones o las plataformas de pago, lo que genera impunidad para esos contenidos.

Ante esta situación, la Asociación de Usuarios de la Comunicación pide que se aproveche la próxima modificación de la normativa audiovisual para ampliar las restricciones de este ámbito, especialmente por lo que se refiere a los contenidos orientados a menores y adolescentes.