

Las imágenes que Bruselas propone para las cajetillas de tabaco no impactan a nivel emocional

12/04/2013 - 13:28

Las imágenes preventivas que la Comisión Europea propone para incluir en las cajetillas de tabaco para reducir el consumo "no tienen el impacto deseado en los fumadores porque sólo a una parte de ellos les parecen realmente desagradables", según una investigación de la Universidad de Granada (UGR) que aboga por generar una batería de imágenes que resulten más impactantes a nivel emocional para que las campañas contra el tabaquismo sean más efectivas.

GRANADA, 12 (EUROPA PRESS)

Esta investigación, realizada en el departamento de Personalidad, Evaluación y Tratamiento Psicológico de la Universidad de Granada por los profesores Miguel Ángel Muñoz, Luis Ciriá y Jaime Vila Castelar, ha evaluado el impacto emocional que tienen en las personas las imágenes preventivas de las cajetillas de tabaco propuestas por la Comisión Europea.

Los científicos de la Universidad de Granada realizaron dos estudios complementarios sobre el mismo tema. En el primero de ellos, publicado en la revista Tobacco Control, recopilaron la opinión subjetiva de 597 participantes, distribuidos en seis grupos de edad: 13-14, 15-16, 17-18, 19-20, 21-22 y más de 23 años, a quienes se presentó una batería formada por 35 imágenes preventivas relacionadas con el tabaco propuestas por la Comisión Europea.

En el segundo estudio, presentado recientemente en el I Congreso Ibérico de Psicología Clínica de la Salud y el Deporte, los científicos midieron mediante pruebas fisiológicas, esto es, objetivas, la efectividad de estas imágenes. De este modo, en una muestra formada por 50 sujetos de entre 19 y 23 años analizaron variables como la sudoración, el movimiento del músculo cigomático (que provoca la sonrisa) o del músculo corrugador (ubicado en el entrecejo).

También estudiaron el movimiento de la cabeza del sujeto ante la visión de estas imágenes: "cuando éste se produce hacia atrás, significa que hay una respuesta de evitación, es decir, la persona se aparta porque la imagen le resulta desagradable", apunta Miguel Ángel Muñoz, investigador principal. Si la cabeza se mueve hacia delante, quiere decir que percibimos la imagen como algo agradable. La medición de todos estos movimientos se realizó con un polígrafo, un aparato capaz de detectar pequeñas tensiones en el cuerpo.

Los resultados de este segundo estudio corroboraron los obtenidos en el primero: las imágenes antitabaco propuestas por Bruselas no son lo suficientemente impactantes como para provocar una respuesta de evitación en el sujeto que le haga alejarse del estímulo, en este caso, la cajetilla de tabaco. "La mayoría de las fotos son percibidas como desagradables, pero no tienen el impacto suficiente en el sujeto", destaca Muñoz.

Algunas de estas imágenes no sólo no son percibidas como negativas por la gente, "sino que les resultan positivas, por lo que podrían provocar el efecto contrario: un acercamiento al estímulo, es decir, al tabaco". Es el caso de una fotografía en la que aparecen las manos entrelazadas de una anciana, u otra en la que se ve una ecografía con un feto.

El profesor Miguel Ángel Muñoz afirma que una posible solución a este problema, que ya se aplica en algunos países de la UE, "sería incluir en los paquetes de tabaco fotos menos explícitas, que incluso no tengan nada que ver con el tabaquismo, pero sí estén relacionadas con las sensaciones que queremos provocar en la gente". Así, si buscamos transmitir asfixia, "podemos ilustrar esta idea con una persona con una bolsa en la cabeza, y si queremos dar sensación de asco podemos incluir una foto de insectos, por ejemplo".

A la luz de los resultados de ambos estudios, los investigadores de la Universidad de Granada proponen "revisar las imágenes preventivas relacionadas con el tabaco propuestas por la Comisión Europea, porque no tienen el impacto deseado en la población y, además, se aprobaron en el año 2003. El hecho de que desde entonces se hayan venido empleando y que no se renueven hace que la gente se haya habituado a ellas, y esto también contribuye a que no tengan el impacto deseado", concluye el investigador de la UGR.

Publicidad



Hotel de lujo desde 39€

Compara hoteles entre más de 100 webs, encuentra tu hotel ideal y ahorra con trivago

www.trivago.es



Protege Tus Ahorros

Protege tus ahorros con el 1er grupo bancario alemán. Depósito Protección db: 2,75%TAE

www.deutsche-bank.es



La Champions en CANAL+

La Champions se juega en CANAL+ por 10,95€ al mes + IVA

www.tienda.plus.es



Oferta Seguro de Moto

Ahorra hasta un 35% al contratarlo con Nuez Seguros. ¡Llévate el de hogar y coche Gratis!

www.SegurosNuez.es

pon

Me gusta

Enviar

Sé el primero de tus amigos al que le gusta esto.

Twitter 0