

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PROMOCIÓN DE LA SALUD

Campaña contra el tabaquismo

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
PROMOCIÓN DE LA SALUD

PRESENTA

ALICIA MARTÍNEZ FLORES

Director de trabajo recepcional

Lic. César Enrique Fuentes Hernández

México, D. F. noviembre 2015

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimiento

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), por el apoyo brindado para la impresión y empastado de este trabajo recepcional.

Dedicatoria

Esta tesis va dedicada al ser más valioso de toda mi vida, mi madre Guadalupe Flores, quien a pesar de su ausencia está como un angelito guiando cada paso que doy. Así mismo, a mi padre que me enseñó a ser lo que soy. A mis hermanas Elisandra y Mayte por ser mis cómplices en la vida, a mi hermano Abraham por enseñarme a ser fuerte a pesar de los obstáculos. A mi abuelita Carmen por darme ese calor de madre y todas sus enseñanzas. A “mi jefe” que sería el más orgulloso de esta familia por ser mi abuelo.

A ustedes mi familia que han estado conmigo en todos los días de dicha y ausencias. Los amo con todo mi corazón.

Alicia

Agradecimientos

A todas aquellas personas que de una u otra manera estuvieron pendientes a lo largo de este proceso, brindando todo su apoyo incondicional, en especial a Miguel Romero Martínez, a mis amigas y amigos porque me ayudaron cuando lo necesité sin pedirme nada a cambio.

A la familia Ruiz Montiel por la confianza que depositaron en mí. Gracias por creer y haber hecho de mi etapa universitaria un trayecto distinto de contar.

A cada una de las personas que colaboraron conmigo para la creación de este material.

Un agradecimiento singular al profesor. César E. Fuentes Hernández quien, como director de esta tesis, me ha orientado, apoyado y corregido en mi trabajo con gran interés y entrega.

Agradecimientos a los profesores David Cárdenas, Lourdes Pizarro, Martha Gómez y Samanta Zaragoza, quienes leyeron e hicieron que mi trabajo tuviera un giro extraordinario.

Agradezco a la vida por enseñarme que las cosas se logran trabajando y sin rendirse, todo el esfuerzo ha valido la pena, este trabajo es tuyo Alicia Martínez Flores.

Contenido

Introducción	9
Capítulo 1. Justificación	13
I. ¿Por qué fuman los adolescentes?	13
II. Objetivos	15
Capítulo 2. Fundamentación	17
I. ¿Qué es el tabaco?	17
II. ¿Qué es el tabaquismo?	18
III. Antecedentes del tabaco	19
IV. ¿Qué pasa en México sobre el tema de tabaquismo?.....	20
V. Instituciones de Salud que abordan el tabaquismo	22
VI. Materiales Analizados	23
VII. Metodología	25
Capítulo 3. Materiales	53
I. En qué consiste una campaña	53
II. Presentación de la Campaña titulada: ¿Y tú, por qué fumas?	54
III. Producto.....	55
Conclusiones	67
Anexos	73
Referencias bibliográficas	79

Introducción

El tabaquismo es un tema que se ha tratado desde diversas perspectivas. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), se considera que es un grave problema de salud pública.

De acuerdo con la Encuesta Mundial sobre el Tabaco y la Juventud (EMTJ 2003) casi una cuarta parte de los consumidores de tabaco jóvenes fumó por primera vez antes de cumplir diez años de edad.

Para fines de este trabajo el tema de tabaquismo se abordó como un problema que está relacionado con factores de tipo biológico, psicológico y social, para comprender el tema tenemos que remitirnos al concepto de tabaco, así como a las campañas de instituciones de salud que llevan a cabo para contrarrestar el tabaquismo, materiales que fueron analizados y una propuesta que nos brindará una opción más para abordar el tema de tabaquismo.

En primera instancia presento la *Justificación* de mi tema respondiendo a la pregunta: ¿por qué fuman los adolescentes?, pues a lo largo del trabajo se mencionará que la adolescencia es un periodo que se caracteriza por una gran cantidad de cambios tanto fisiológicos como formas de entender el mundo social. Es así como puedo mencionar que el tabaquismo tiene distintos factores que influyen en las decisiones de un sujeto para decir en qué momento de su vida puede tener un primer contacto con el uso del cigarro, además de relacionar el consumo con otros motivos, pues los adolescentes transitan por una etapa donde el agradar o mostrarse desinhibidos ante las personas es vinculado con las formas de pertenecer a algún grupo social.

Después planteo mis *Objetivos* que son enfocados a la realización de una campaña para reflexionar acerca de las razones que llevan a los adolescentes a fumar. Una campaña que no culpabilice, etiquete y excluya al sujeto por el hábito de fumar. Además de que contribuya con información para que el adolescente analice el ¿por

qué se fuma?, identificando situaciones familiares en relación con el consumo del tabaco.

En el apartado de la *Fundamentación* explico qué es el tabaco y el tabaquismo, así como las consecuencias presentadas por la OMS sobre las personas que tienen el hábito de fumar, así como las principales causas de enfermedades que conlleva este problema. Más adelante me enfoco en México, analizando cómo abordan este tema las diferentes instituciones de salud, los materiales para contrarrestar la edad de primer contacto, cómo se utilizan distintas campañas y la reglamentación que se ha venido implementando a través de los diferentes programas que tiene México ante este problema como el *Convenio Marco para el Control del Tabaco* y la *Ley 100% de espacios libres de humo de tabaco*.

Después inició con un *análisis de los materiales* que utiliza Centros de Integración Juvenil para combatir el tabaquismo. En este apartado analizo, con base en la propuesta del autor Roland Barthes el mensaje lingüístico, mensaje denotado, mensaje connotado y una conclusión, donde describo si promueve o no la salud, así como una propuesta de lo que mejoraría de los materiales.

En el capítulo de *Materiales* defino qué es una campaña, así como a quién va dirigida y dónde se implementará, teniendo en cuenta los espacios donde se desarrollan los adolescentes y sobre todo un vínculo en secundarias para lograr que nuestro público se muestre interesado en el tema. Según Larson (1986), “una campaña de salud es un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios, durante un periodo específico. Tienen que ver con: unidad, similitud, continuidad temporal”.

Por tanto, mi campaña tendrá en cuenta a las y los adolescentes, será clara, utilizando un lenguaje entendible y de fácil acceso para lograr empatía con los otros.

La campaña titulada ¿Y tú, por qué fumas?, contiene la propuesta de cinco herramientas en torno al uso de tabaco: un tríptico (llamativo, incluyente y claro para crear una invitación a nuestro taller), un cartel (que tiene como fin atraer a nuestro público), un spot de radio (menciona algunos motivos de por qué fuma la gente) y una fotosecuencia, la cual se utilizará como herramienta para el taller para lograr que las y los adolescentes se identifiquen con situaciones generadoras sobre el inicio del uso del tabaco, a partir de las cuales discutirán y reflexionarán sobre sus propias experiencias.

En esta campaña se retoman algunos rasgos de las prácticas de la Promoción de la Salud Emancipadora, la cual plantea que el contenido de las propuestas debe ser: respetuoso con el otro, no culpabilizar, no juzgar, que no sea clasista, no ridiculice ni etiquete a las personas por tener el hábito de fumar.

En las *Conclusiones* destaco las diferencias entre las campañas que implementa Centro de Integración Juvenil, A.C., en comparación con la desarrollada en este trabajo, además de indicar limitaciones y alcances de nuestros materiales de la campaña.

Finalmente menciono qué aprendí al crear una campaña que no es agresiva con el público, no ridiculiza y no nos menciona qué hacer, al contrario se busca que se reflexione a través de nuestro taller.

Capítulo 1. Justificación

I. ¿Por qué fuman los adolescentes?

De acuerdo con la Encuesta Mundial sobre el Tabaco y la Juventud (EMTJ 2003) casi una cuarta parte de los jóvenes fumó por primera vez antes de cumplir diez años de edad.

La Encuesta Nacional de Adicciones de 1988 (SSA ENA, 1988) indica que la edad promedio de inicio del consumo del tabaco se ubica en los 21 años, mientras que en la ENA de 2002 (Lazcano, P. & Hernández, A. 2002), se ubica en los 15 a 17 años. Por su parte, la Encuesta sobre Tabaquismo en Jóvenes (ETJ 2003), refiere que los adolescentes fuman a edades tempranas como los 11 o 12 años e incluso, desde antes. Esta situación se ve reforzada por la permisividad social, ya que 13.1% de los estudiantes de secundaria refirió en esta encuesta que 29.9% habitualmente fuma en sus casas y en lugares públicos.

Entre los adolescentes se han documentado menores niveles de actividad física y un mayor número de problemas psicosociales y de depresión. Existe un inicio cada vez más temprano en el consumo de tabaco, donde nuestros niños al fumar en etapas tempranas serán más flojos en su salud física y psicológica. En concordancia con la ENA 2002 (SSA ENA, 2002) el grupo que inició el consumo de tabaco entre los 15 y 17 años equivale al 40.9% de la población de fumadores dependientes seguido por los que iniciaron entre los 11 y 14 años, que representan el 34.2%. Es poco probable que las personas que consiguen abstenerse del tabaco en la adolescencia o primeros años de la vida, en la edad adulta lleguen a ser fumadores.¹

¹ López, F. J. (2013) *Origen y consecuencias de humo tóxico de tabaco*. Guía para la erradicación de atmosferas envenenadas. México. Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones en la Ciudad de México IAPA/ Alianza contra el Tabaco A.C.

La adolescencia es un periodo que se caracteriza por una gran cantidad de cambios tanto fisiológicos como formas de entender el mundo social.

Según Centros de Integración Juvenil, A.C. existen otras manifestaciones de desajuste psicológico en las que destacan los componentes de *ansiedad* y *depresión* que pueden presentarse de manera conjunta y hacer más difícil esta etapa de desarrollo.

La ansiedad identificada como una de las emociones más frecuente entre los adolescentes donde algunas veces se manifiestan palpitaciones, temblores o sacudidas, sudoración y escalofríos.

Mientras que la depresión se manifiesta con estados de tristeza sin razón, un aislamiento con las demás personas y pérdida de iniciativa al realizar alguna actividad.²

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) ha señalado varios factores de predicción. “El comienzo del hábito de fumar está determinado por un conjunto de factores sociales y personales. (Conrad, Flay y Hill, 1992):

- Tener padres o amigos íntimos que fuman,
- Poseer poca autoestima,
- Rendir mal en la escuela o haber abandonado los estudios, tener actitudes positivas con respecto al uso del tabaco
- Comprometerse con otras actitudes de riesgo,
- Carecer de la fuerza de voluntad necesaria para rechazar el tabaco, y
- Sentirse nervioso o deprimido”.³

² Centros de Integración Juvenil, A. C. (2005). *Niños, adolescentes y adicciones. Una mirada desde la prevención*. México: Auroch Lukambanda

³ Organización Panamericana de la Salud. 2001. *Por una juventud sin tabaco*. Adquisición de habilidades para una vida saludable. Washington

Éstos son algunos factores psicológicos, sociales y biológicos que podrían determinar el inicio del consumo de tabaco.

Para fines de este trabajo se establecerán metas que generen aprendizajes con los adolescentes, además de construir acciones que contribuyan a proyectos con niveles de autonomía y mayor control en la toma de decisiones.

II. Objetivos

- ❖ Crear una campaña desde la Promoción de la Salud Emancipadora para reflexionar acerca de las razones que llevan a los adolescentes a fumar

- ❖ Desarrollar una campaña que no culpabilice, etiquete y excluya al sujeto por el hábito de fumar

- ❖ Contribuir con información para que el adolescente analice el ¿por qué se fuma? Identificando situaciones familiares en relación al consumo del tabaco

Capítulo 2. Fundamentación

I. ¿Qué es el tabaco?

Según el texto: TABAQUISMO una amenaza constante para la salud de la OPS, “el tabaco es originario de América y proviene de la planta *Nicotiana Tabacum*, arbusto de hojas verdes grandes, de textura vellosa y pegajosa con sabor amargo, sus flores son de color blanco, amarillo y violeta”.⁴

En el año 1984, Philips Morris, dio un informe interno que aseguraba que su tabaco iba “enriquecido” con:

amoníaco líquido (un gas incoloro utilizado en los limpia cristales);

acetona (un solvente);

acroleína (potente irritante bronquial que causa enfisema)

cianuro de hidrógeno (veneno mortal utilizado como raticida);

hidrocarburos clorados (insecticidas liposolubles);

metanol (combustible para misiles);

monóxido de carbono (mortal en espacios cerrados); y

tolueno (solvente altamente tóxico).

Además se han encontrado más de 4,700 sustancias tóxicas:

alquitranes (utilizados para asfaltar carreteras);

⁴ Organización Panamericana de la Salud. (1997). *TABAQUISMO una amenaza constante para la salud*. Comunicación para la Salud, No. 12, Washington.

anilina (usada para fabricar la espuma de poliuretano);

arsénico (veneno mortal);

benzopireno (hidrocarburo policíclico aromático);

cadmio (anticorrosivo);

cloruro de vinilio (utilizado para fabricar cloruro de polivinilo [PVC]);

formaldehído (conservador orgánico);

níquel (presente en las baterías);

polonio (cancerígeno radiactivo); y

uretano (usado en embalajes).

II. ¿Qué es el tabaquismo?

Es definido por la Organización Mundial de la Salud (OMS), como una enfermedad adictiva crónica que evoluciona con recaídas, y constituye la principal causa de enfermedad y muerte evitable a nivel mundial.⁵

Lazcano, P. & Hernández, A. 2002 mencionan que “en México, las principales causas de muerte atribuidas a la exposición al humo tóxico de tabaco son: tumores malignos de labio, boca y faringe, tumor en el esófago, estómago, colon y recto, páncreas laringe y tráquea, bronquios y pulmón, de riñón y pelvis renal, de vejiga urinaria, leucemia mieloide aguda, hipertensión arterial, enfermedad isquémica cardiaca y otras enfermedades del corazón, enfermedades cerebral vascular,

⁵ Manual Nacional de abordaje del tabaquismo en el primer nivel de atención. Ministerio de Salud Pública. México, pp. 9 y 11.

ateroesclerosis, aneurisma aórtico, diversas enfermedades del sistema circulatorio, neumonía e influenza, bronquitis, enfisema y otras enfermedades pulmonares obstructivas agudas y crónicas”.

En el texto Origen y consecuencias del humo tóxico de tabaco. “La nicotina es un narcótico con acción dual: como depresivo, provoca sueño o estupor; como euforizante, puede tener un efecto onírico y en ocasiones podría inhibir la transmisión de señales nerviosas asociadas al dolor”.

Alguna patología atribuible a esta adicción puede ser: la Depresión mayor (DM) que son estados prolongados de tristeza.⁶

III. Antecedentes del tabaco

El tabaco era utilizado para fines religiosos, medicinales y ceremoniales.

En el año 1560, el embajador francés Jean Nicot, fue uno de los primeros en sugerir los efectos farmacológicos de la planta, cuando se la envió al regente francés para aliviar sus jaquecas, más tarde fue pionero en el cultivo de tabaco en Portugal, por ello, en su honor esta planta recibe el nombre de nicotina.

Otro de los precursores en el hábito de fumar fue el explorador inglés Sir Walter Raleigh, quien inició la costumbre de fumar tabaco en pipa en la corte Isabelina. El Rey Jaime I de Inglaterra, en 1604, lo sentenció a morir por este hábito; argumentando que su uso era perjudicial para el cerebro y peligroso para los pulmones.

⁶ Íbidem, López, F. J.

Fray Bartolomé de las Casas realizó las primeras descripciones de la adicción al tabaco, explicando que los indígenas utilizaban las hojas en forma de rollo para aspirar su humo.⁷

IV. ¿Qué pasa en México sobre el tema de tabaquismo?

De acuerdo con los datos epidemiológicos obtenidos del texto Origen y consecuencias de humo tóxico de tabaco “hay una prevalencia nacional de consumo de tabaco de 22%; esto significa que 17.3 millones de mexicanas y mexicanos fuman, con una relación de 2.3 hombres por cada mujer que fuma”.

En el Distrito Federal es la entidad federativa donde más se fuma (31%) lo hacen casi dos millones de capitalinos.

Según el texto Origen y consecuencias de humo tóxico de tabaco “hay avances en la lucha contra el tabaquismo desde la adhesión del Estado Mexicano al Convenio Marco para el Control del Tabaco hasta la ley federal correspondiente y la Ley de Protección a la Salud a los no fumadores, con espacios 100% Libres de Humo de Tabaco que se lograron innovar en el Distrito Federal: la industria tabacalera no cesa en hacer exitoso su inducción para que empiecen a fumar las y los adolescentes desde los 13 años de edad en promedio y aún tiene poderosos defensores”.⁸

En 2008 la Ley General para el Control del Tabaco retó a los Estados, la implementación y cumplimiento de los espacios 100% Libres de Humo de Tabaco.

⁷ Organización Panamericana de la Salud. (1997). *TABAQUISMO una amenaza constante para la salud*. Comunicación para la Salud No. 12, Washington

⁸ Íbidem, López. F. J.

México: Entidades Federativas con ordenamientos 100% Libres de Humo de Tabaco



Figura 1. Medidas para la reducción del consumo del tabaco. Tomado de <http://salud.edomexico.gob.mx/html/doctos/regsan/foros/tabaquismo/medidas%20para%20reducir%20el%20consumo%20del%20tabaco.pdf> 04/09/2014

En esta gráfica se muestra un ejemplo de la regulación de la oferta, demanda y consumo de productos de tabaco, que realmente protejan, promuevan y recuperen la salud de todos los mexicanos. Los Estados en gris tenue tienen la legislación, en los Estados como: Baja California, Zacatecas, Monterrey, Estado de México, Veracruz, Tabasco existen espacios 100% libres de humo de tabaco.

En México se han implementado otro tipo de regulaciones: las advertencias gráficas en las cajetillas de cigarro; la prohibición de la publicidad en televisión y radio; los impuestos a las cajetillas de cigarro, así como la prohibición de venta a los menores de edad. Es así como los Artículos 10, 11, 13 y 16 del Convenio Marco para el Control del Tabaco (*Anexos*), reúnen la información sobre lo que contienen las cajetillas de cigarrillos, empaquetado y etiquetado, publicidad, promoción, patrocinio y ventas a menores de edad.

V. Instituciones de Salud que abordan el tabaquismo

Las diferentes instituciones que abordan este tema están relacionadas con la investigación, la prevención, el tratamiento, la rehabilitación, la regulación de normas, convenios y publicidad del tabaco.

Algunas de ellas son internacionales: Organización Mundial de la Salud y Organización Panamericana de la Salud. Las nacionales son: Secretaría de Salud; Dirección General de Promoción de la Salud; Instituto Nacional de Salud Pública; El Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias; Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones en la Ciudad de México; Consejo Nacional contra las Adicciones; Consejo Nacional para la Prevención de Adicciones; Comisión Nacional contra las Adicciones, entre otras instituciones y todas aquellas asociaciones civiles que tienen como principal objetivo erradicar el consumo del tabaco.

Una de las instituciones que trabaja preventivamente el tema de tabaquismo es Centros de Integración Juvenil A.C. El trabajo que se hace en estos centros está encaminado a eliminar el consumo de tabaco y otras drogas. Trata de rehabilitar a las personas que ya presentan adicción. Además de contribuir en la disminución de la edad del primer contacto.⁹

Retomaré materiales para analizar y propondré materiales que sean incluyentes con el público adolescente, respetuoso, que generen reflexión acerca del tabaquismo. Que si bien es cierto que deben ser materiales con otra mirada hay que tener claro que el tabaquismo es un problema de salud como de enfermedad, ya que las personas que eligen fumar a menudo lo hacen influidos por discursos de dominación, además cuando una persona desarrolla una adicción su autonomía se ve mermada debido a que sus elecciones están condicionadas por un fuerte impulso a fumar.

⁹ *Centros de Integración Juvenil, A.C.* Recuperado el 22 de mayo de 2015, de www.cij.gob.mx

VI. Materiales Analizados

Centros de Integración Juvenil, A.C. tiene 46 años de existir, se fundó en 1969. Desde ese año no se hacían concursos, fue hasta 1996 donde se inició con la convocatoria del primer concurso de cartel.

Al paso de los años se han ido modificando las bases en los distintos concursos. Existen convocatorias de spot de radio y en el año 2013 se hizo el Concurso Nacional de Canciones. En el año 2014 se realizó el Concurso Nacional de Cartel y Video.

La convocatoria estuvo abierta aproximadamente 3 meses y tiene como fin involucrar a los jóvenes estudiantes en la creación de mensajes preventivos y al público en general.

Los carteles publicados por centros que analizamos en este trabajo, tuvieron que pasar por el “VI Concurso Nacional de Cartel”. (*Imagen 1*). La convocatoria se dio por medios electrónicos, invitaciones por parte de los centros en primarias, secundarias, universidades y público en general. Se premian a los tres primeros lugares de cada categoría, según sean las bases, se otorgan premios monetarios en persona a los ganadores por medio de una ceremonia.

Después, los materiales pasan a ser propiedad de Centros de Integración Juvenil, A.C. dejando siempre el nombre de sus autores. Profesionales capacitados de centros se encargan de hacer modificaciones específicas en caso de requerirlas o transformar estos carteles en folletos, dípticos o materiales utilizados en centros. Los materiales que se mandan a los diferentes centros deben contener, impresa, la dirección y números telefónicos, para las personas que deseen acudir al centro más cercano.

“VI Concurso Nacional de Cartel” (Imagen 1)



Centros de Integración Juvenil, A.C.

“Para vivir sin adicciones”

TE INVITA A PARTICIPAR
en el



para que tus ideas y creatividad
contribuyan a la
prevención de las adicciones.

www.cij.gob.mx

VII. Metodología

Para fines de un análisis me estoy basando en el autor Roland Barthes (1992) “Según una etimología antigua, la palabra imagen debería relacionarse con la raíz de *imitari*”¹⁰

El mensaje lingüístico es un mensaje doble:

El mensaje denotado

- Mensaje icónico no codificado
- Está formado por los objetos fotografiados
- Para leerlo necesitamos relacionarlo con nuestra percepción

El mensaje connotado

- Primer signo: la forma en que está compuesta la imagen
- Segundo signo: los colores presentes en la imagen
- Tercer signo: el conjunto de todos los objetos
- Cuarto signo: la composición
- Quinto signo: repetición de imágenes

Se trata de un mensaje icónico codificado. La interpretación de los signos pone en funcionamiento ciertos conocimientos culturales, ciertas competencias que tienen que ver con el contexto histórico y social del que forma parte aquél que se enfrenta con la imagen.

¹⁰ Barthes, R. (1992). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona, Paídos

Cartel 1 (Imagen 2)



Centros de Integración Juvenil, A.C.

Para vivir sin adicciones

LA DECISIÓN ES TUYA



¡Mejor infórmate!

Ciudad de México
CIJ Contigo 52-12-12-12

TELCIJ Jalisco
38-36-34-63

www.cij.gob.mx

www.cij.org.mx



@cij_contigo

cij.oficial

cijcontigo

cijcontigo.blogspot.com

Cartel 1

Análisis del cartel

Mensaje lingüístico del cartel

Centros de Integración Juvenil A.C.

Para vivir sin adicciones

LA DECISIÓN ES TUYA

¡Mejor infórmate!

Ciudad de México CIJ Contigo 52-12-12-12

TEL CIJ Jalisco 38-36-34-63

www.cij.gob.mx

www.cij.org.mx

@cij_contigo cij.oficial cijcontigo cijcontigo.blogspot.com

VI CONCURSO NACIONAL DE CARTEL

JESÚS ANTONIO DE LA BARRERA VILLADOLID

Mensaje denotado del cartel

Cartel con medida de 40 cm. X 60 cm., en papel mate impreso, con la imagen aquí descrita; se puede observar fondo blanco, en el centro del cartel hay una imagen con la frase que dice "SI" la letra (S) está escrita con color negro y abarca todo el centro, la letra (I) como tal no está escrita, es representada con una figura cilíndrica en color amarillo y blanco, en la parte de abajo se muestran manchas negras. En la parte superior se encuentra un cuadro en color vino del lado derecho "Centros de

Integración Juvenil, A.C.”, debajo nos muestra el lema que dice “Para vivir sin adicciones”. En el centro la frase que acompaña a la imagen: “LA DECISIÓN ES TUYA”. Con letras negras y mayúsculas.

Mensaje connotado del cartel

El mensaje que nos da a entender es encaminado a que la responsabilidad de consumir un cigarro recae en la persona que lo prende.


Este cartel sólo contiene una imagen alusiva a un cigarro apagado, acompañado de la frase “La decisión es tuya”, es probable que el autor lo relacione con el poder que tiene alguien al prender un cigarro y decida en que momento apagarlo.


En la parte de abajo, el mensaje “mejor infórmate” y los enlaces electrónicos. Pretenden o consideran los autores qué informándose una persona puede abandonar el hábito de fumar.

Conclusión

En mi opinión este cartel no promueve la salud porque culpabiliza a las personas que fuman, no lleva a la reflexión, genera dudas, no nos indica a que población va dirigido, es respetuoso sí, pero tal vez en mi experiencia deberían existir carteles para niños, adolescentes y jóvenes para que la información sea interesante y logre un impacto en cada grupo, que no utilice: el miedo, las cifras de mortalidad, que no culpabilice a las personas y que nos lleve a una reflexión.

Cartel 2 (Imagen 3)







 Centros de Integración Juvenil, A.C.
Para vivir sin adicciones

Aunque duela, ¡déjalo!

¡Mejor infórmate!

Ciudad de México TELCIJ Jalisco
CIJ Contigo 52-12-12-12 38-36-34-63

www.cij.gob.mx www.cij.org.mx

 @cij_contigo  cij_oficial  cijcontigo  cijcontigo.blogspot.com

VI CONCURSO NACIONAL DE CARTEL
MERCEDES FLORES REYNA

Cartel 2

Análisis del cartel

Mensaje lingüístico del cartel

Centros de Integración Juvenil A.C.

Para vivir sin adicciones

Aunque te duela, ¡déjalo!

¡Mejor infórmate!

Ciudad de México CIJ Contigo 52-12-12-12

TEL CIJ Jalisco 38-36-34-63

www.cij.gob.mx

www.cij.org.mx

@cij_contigo cij.oficial cijcontigo cijcontigo.blogspot.com

VI CONCURSO NACIONAL DE CARTEL

MERCEDES FLORES REYNA

Mensaje denotado del cartel

Cartel con medida de 40 cm. X 60 cm., en papel mate impreso, con la imagen aquí descrita; se puede observar fondo negro, en la parte superior se encuentra un cuadro en color vino del lado derecho “Centros de Integración Juvenil, A.C.”, debajo nos muestra el lema que dice “Para vivir sin adicciones”. En el lado izquierdo del cartel, se muestra a un hombre abrazando una figura cilíndrica en color blanco con amarillo de una altura más grande que él, el hombre se muestra con cara inclinada,

sus brazos entrelazan la figura cilíndrica. Un color gris envuelve la imagen y lo acompaña la frase. Aunque te duela, ¡déjalo! en letras blancas.

Mensaje connotado del cartel

Este cartel envía a quién lo ve un mensaje que no invita, sino ordena. Prescribe dejar el cigarro. Es probable que genere temor por los colores que se utilizan para poder resaltar, el color negro que en muchas culturas puede ser interpretado como algo negativo u oculto.

La imagen del hombre sonriendo puede remitir a quién ve el cartel a una idea de vínculo afectivo o emocional entre la persona y el cigarro. Pareciera que el hombre expresa gesto de ternura, que esta encariñado con algo más grande que él y que es difícil dejarlo.

El cigarro que se muestra es más grande que el hombre eso es probable que los autores lo asocien a que la adicción al cigarro es más grande que las decisiones.

En la parte de abajo, el mensaje “mejor infórmate” y los enlaces electrónicos. Pretenden o consideran los autores que informándose una persona puede abandonar el hábito de fumar.

Conclusión





En mi opinión este cartel no promueve la salud porque ve a los hombres como personas sometidas ante los cigarrillos, no lleva a la reflexión pues se limita sólo al público masculino, no contiene información interesante, lo está relacionado con los sentimientos y no es respetuoso porque el cigarro lo muestran más grande que una persona. Tal vez debería contener colores menos oscuros, eso le daría otro enfoque al cartel, debería tener en cuenta que los carteles pueden ser observados tanto por hombres como por mujeres, tiene que llevarnos a una reflexión y no culpabilizarnos.

Díptico exterior (Imagen 4)

A dónde acudir

CIJ CONTIGO, CIUDAD DE MÉXICO: 5212 1212
TelCJ DE AMIGO A AMIGO, JALISCO: 3836 3463

cij@cij.gob.mx www.cij.gob.mx www.cij.org.mx

 @cij_oficial  cij_oficial  cijcontigo  cijcontigo.blogspot.com

DISTRITO FEDERAL

DELEGACIÓN ALVARO OBREGÓN

- CU Álvaro Obregón Centro - Tel.: 52 70 44 88
- CU Álvaro Obregón Oriente - Tel.: 56 11 00 28, 55 56 48 11

DELEGACIÓN AZCAPOTZALCO

- CU Azcapotzalco - Tel.: 3 96 53 82 09 53

DELEGACIÓN BENTON JUÁREZ

- CU Benton Juárez - Tel.: 55 43 82 87, 55 36 00 16

DELEGACIÓN CDMXOCAN

- CU CDMXocan - Tel.: 55 54 49 85, 55 54 93 31

DELEGACIÓN CULHUAPAPA

- CU Culhuapapa - Tel.: 56 13 16 31

DELEGACIÓN CUAUHTEMOC

- CU Cuauhtémoc Oriente - Tel.: 57 02 07 32
- CU Cuauhtémoc Poniente - Tel.: 52 88 38 93

DELEGACIÓN CUSTAVO A. MADRERO

- CU Custavo A. Madrerero - Tel.: 57 21 58 40 83
- CU Custavo A. Madrerero Norte - Tel.: 55 67 65 23
- CU Custavo A. Madrerero Oriente - Tel.: 57 96 18 18

DELEGACIÓN IZTAPALAPA

- CU Iztapalapa Oriente - Tel.: 56 13 37 94
- CU Iztapalapa Poniente - Tel.: 55 82 51 66, 56 70 11 89
- Unidad de Hospitalización Iztapalapa - Tel.: 56 90 48 39

DELEGACIÓN MAGDALENA CONTRERAS

- CU Magdalena Contreras - Tel.: 56 67 87 93

DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO

- CU Miguel Hidalgo - Tel.: 52 60 58 05, 52 60 07 19

DELEGACIÓN TLAPALPA

- CU Tlalpalpa - Tel.: 54 85 81 49, 54 85 90 82

DELEGACIÓN VENUSTIANO CARRANZA

- CU Venustiano Carranza - Tel.: 57 62 13 96, 57 62 53 32

DELEGACIÓN XICOMILCO

- CU Xicomilco - Tel.: 55 47 40 75

INTERIOR DE LA REPÚBLICA

AGUASCALIENTES

- CU Aguascalientes - Tel.: (449) 5 15 05 26, fax: 5 15 45 42

BAJA CALIFORNIA

- CU Baja California - Tel.: (664) 3 75 82
- CU Baja California Sur - Tel.: (664) 6 30 28 86

BAJA CALIFORNIA SUR

- CU Baja California Sur - Tel.: (662) 2 23 23 82, fax: 2 22 59 59

BAJA CALIFORNIA OCCIDENTAL

- CU Baja California Occidental - Tel.: (624) 3 10 53 69

CAMPESCHE

- CU Campeche - Tel.: (638) 3 82 59 57, 3 82 15 72

COAHUILA

- CU Coahuila - Tel.: (271) 7 16 88 24, 7 16 88 33
- CU Coahuila Sur - Tel.: (278) 7 85 40 49
- CU Coahuila Norte - Tel.: (274) 4 12 80 76, 4 12 81 73
- CU Coahuila Oriente - Tel.: (271) 7 16 88 24, 7 16 88 33

COLIMA

- CU Colima - Tel.: (312) 3 11 66 60, 3 11 53 44, fax: 3 11 44 09

CHIHUAHUA

- CU Chihuahua - Tel.: (614) 4 15 72 22
- CU Ciudad Juárez Norte - Tel.: (561) 6 16 99 99
- Clínica de Tratamiento para Personas con Problemas de Consumo de Heroína C.A. Juárez - Tel.: (566) 6 32 00 00
- Unidad de Hospitalización Ciudad Juárez - Tel.: (566) 6 32 00 01

DURANGO

- CU Durango - Tel.: (251) 25 59 91, 6 13 00 32
- CU Laguna Durango (Quero) - Tel.: (251) 7 20 00 90

ESTADO DE MÉXICO

- CU Chalco - Tel.: 59 71 29 95
- CU Ecatepec - Tel.: 57 75 82 23, 57 75 62 47
- Unidad de Hospitalización Ecatepec - Tel.: 57 91 29 83
- CU Naucalpan - Tel.: 53 74 35 76
- Unidad de Hospitalización Naucalpan - Tel.: 53 73 15 41
- CU Nequimilpan - Tel.: 57 65 06 79
- CU Tenexco - Tel.: (595) 665 74 77
- CU Tlaxierrita - Tel.: 53 62 35 19
- CU Tulco - Tel.: (722) 2 13 03 78

GUANAJUATO

- CU Colón - Tel.: (461) 6 14 90 69
- CU León - Tel.: (477) 12 14 40
- CU Salamanca - Tel.: (484) 4 48 53 00

GUERRERO

- CU Acapulco - Tel.: (744) 4 86 37 41, 4 86 42 70, fax: 4 85 33 93
- Unidad de Hospitalización Punta Diamante - Tel.: (744) 4 82 07 17, 4 82 17 91
- CU Chilpancingo - Tel.: (747) 4 34 94 45
- CU Huesca Zihuatenejo - Tel.: (755) 403 80 10

HIDALGO

- CU Pachuca - Tel.: (771) 7 13 16 07, 7 19 25 29

JALISCO

- CU Guadalajara Centro - Tel.: (33) 36 18 07 13, fax: 36 54 43 75
- CU Guadalajara Sur - Tel.: (33) 36 70 64 05, fax: 36 70 25 12
- CU Puerto Vallarta - Tel.: (332) 2 90 05 05, fax: 2 90 05 68
- CU Tlaquepaque - Tel.: (33) 36 80 53 32, fax: 36 80 41 83
- CU Zapopan Kiri Moreno - Tel.: (33) 35 63 64 80, 35 63 64 81
- CU Zapopan Norte - Tel.: (33) 35 63 64 23, 35 47 55 38
- Unidad de Hospitalización Zapopan el Grande - Tel.: (341) 4 13 10 30
- Unidad de Hospitalización Zapopan - Tel.: (33) 36 33 54 50, fax: 36 36 31 30

MICHUACÁN

- CU La Piedad - Tel.: (252) 5 25 63 57

MORALEJA

- CU Morelia - Tel.: (443) 3 24 33 81
- CU Zamora - Tel.: (501) 5 17 69 70

MORELOS

- CU Cuernavaca - Tel.: (777) 3 17 17 77

NWART

- CU Toluca - Tel.: (511) 2 17 17 58, 2 17 08 69

QUEROQUÉTARO

- CU Querétaro - Tel.: (442) 2 19 38 58

QUINTANA ROO

- CU Cancun - Tel.: (998) 6 80 29 88
- CU Chetumal - Tel.: (983) 83 79 81
- CU Cozumel - Tel.: (987) 8 72 63 77
- CU Playa del Carmen - Tel.: (984) 13 43 289

SAN LUIS POTOSÍ

- CU San Luis Potosí - Tel.: (444) 1 12 00 79

SINHALO

- CU Culiacán - Tel.: (657) 7 18 41 46
- CU Culiacán Oriente - Tel.: (657) 7 53 68 61
- CU Escuintla - Tel.: (659) 9 33 13 11
- CU Guzmán - Tel.: (673) 7 32 25 47
- CU Guaymas - Tel.: (687) 8 72 82 77, fax: 8 71 25 55
- CU Los Mochis - Tel.: (688) 8 12 83 24
- CU Los Mochis Centro - Tel.: (688) 8 12 83 24
- CU Mazatlán - Tel.: (689) 8 84 42 65, 9 90 12 74
- Unidad de Hospitalización Culiacán - Tel.: (657) 7 32 25 47

SONORA

- CU Hermosillo - Tel.: (652) 13 28 68, fax: 2 17 18 61
- CU Nogales - Tel.: (631) 31 3 30 30

TAMAULIPAS

- CU Villahermosa - Tel.: (663) 3 15 96 27

TASSCO

- CU Ciudad Victoria - Tel.: (834) 1 35 11 41, 1 35 11 49
- CU Reynosa - Tel.: (898) 9 22 27 30
- CU Tampico - Tel.: (832) 3 17 47 70, 2 13 44 69

TLAXCALA

- CU Tlaxcala - Tel.: (246) 48 2 83 71

VERACRUZ

- CU Prota Rica - Tel. y fax: (782) 8 23 44 00
- CU Xicmuc - Tel.: (228) 8 15 30 00


YUCATAN

- CU Mérida - Tel.: (999) 6 23 32 87, fax: 9 23 38 43

ZACATECAS


- CU Fresnillo - Tel.: (489) 83 72 62
- Unidad de Hospitalización Jerez - Tel.: (484) 9 46 74 09
- CU Mazatlán - Tel.: (842) 4 94 22 18
- CU Zacatecas - Tel.: (462) 9 24 77 33

Centros de Integración Juvenil, A.C.



Si consumes tabaco y te interesa dejarlo...

LA DECISIÓN ES TUYA



Para vivir sin adicciones

V. CONCURSO NACIONAL DE CARTEL
 JESÚS ANTONIO DE LA TORRE PALACIOS

Díptico interior (Imagen 5)

Centros de Integración Juvenil, A.C. pone a tu disposición un modelo de atención integral que te ayudará a eliminar el consumo a través de tu asistencia a **las Clínicas para dejar de fumar.**

- El tratamiento ha demostrado efectividad en **el 80 por ciento** de los casos.
- La intervención es **grupal**, con la técnica más novedosa (Cognitivo-Conductual) y que ha reportado resultados exitosos..
- Se realiza en tan sólo **10 sesiones.**
- Antes de iniciar el tratamiento serás valorado integralmente por un médico, quien definirá la pertinencia de recurrir a la **Terapia de reemplazo de nicotina** (parches o chicles), para ayudarte a un mejor resultado.
- La finalidad del tratamiento siempre será ayudarte a **dejar de fumar** y **mantenerte libre** del uso de tabaco.

Aunque duela,
¡déjalo!



V CONCURSO NACIONAL DE CARTEL
MURDES FLORES PATIÑA

Datos importantes que debes conocer:

- El humo de tabaco tiene **más de 4 mil componentes** que causan daños a la salud de quien fuma y de quienes lo rodean.
- En México mueren diariamente cerca de **165 personas** por causas asociadas al tabaco.
- **700 millones** de niños y niñas respiran aire contaminado por el humo de tabaco; la mayor exposición se da en el hogar.
- El tabaquismo es uno de los principales problemas de salud, afecta principalmente a los **adolescentes** y **adultos jóvenes**, **tanto hombres como mujeres.**

¡NO ESPERES MÁS!

Acude al Centro de Integración Juvenil más cercano a tu domicilio y comienza tu tratamiento, te ofreceremos la atención que necesitas.

"Queremos ayudarte"

Díptico exterior

Análisis del díptico exterior

Mensaje lingüístico del díptico exterior

Centros de Integración Juvenil A.C.

Si consumes tabaco y te interesa dejarlo...

LA DECISIÓN ES TUYA

¡Mejor infórmate!

Para vivir sin adicciones

VI CONCURSO NACIONAL DE CARTEL

JESÚS ANTONIO DE LA BARRERA VILLADOLID

Díptico parte interior

Centros de Integración Juvenil, A.C.

Pone a tu disposición un modelo de atención integral que te ayudará a eliminar el consumo a través de tu asistencia a la **Clínicas para dejar de fumar**.

- El tratamiento ha demostrado efectividad en **el 80 por ciento** de los casos
- La intervención es **grupal**, con la técnica más novedosa (Cognitivo-Conductual) y que ha reportado resultados exitosos.
- Se realiza en tan sólo **10 sesiones**.

- Antes de iniciar el tratamiento serás valorado integralmente por un médico, quien definirá la pertinencia de recurrir a la **Terapia de reemplazo de nicotina** (parches o chicles), para ayudarte a un mejor resultado.
- La finalidad del tratamiento siempre será ayudarte a **dejar de fumar y mantenerte libre** del uso de tabaco.

Parte central del díptico interior

Se presenta un cartel con la imagen aquí descrita; se muestra a un hombre abrazando un cigarro de una altura más grande que él, el joven se muestra con cara inclinada, sus brazos entrelazan el cigarro grande con colores blanco y amarillo. Un color gris envuelve la imagen simulando el humo del cigarro lo acompaña la frase. Aunque te duela, ¡déjalo!

Parte derecha del díptico interior

Datos importantes que debes conocer:

- El humo de tabaco tiene más de 4 mil componentes que causan daños a la salud de quien fuma y de quienes lo rodean.
- En México mueren diariamente cerca de 165 personas por causas asociadas al tabaco.
- 700 millones de niños y niñas respiran aire contaminado por el humo de tabaco; la mayor exposición se da en el hogar.
- El tabaquismo es uno de los principales problemas de salud, afecta principalmente a los adolescentes y adultos jóvenes, tanto a hombres como a mujeres.

¡NO ESPERES MÁS!

Acude a tu Centro de Integración Juvenil más cercano a tu domicilio, te ofrecemos la atención que necesitas.

“Queremos ayudarte”.

Contraportada del díptico.

A dónde acudir

Ciudad de México CIJ Contigo 52-12-12-12

TEL CIJ Jalisco 38-36-34-63

www.cij.gob.mx

www.cij.org.mx

@cij_contigo cij.oficial cijcontigo cijcontigo.blogspot.com

Directorio con los teléfonos de cada centro que hay en los diferentes Estados de la República Mexicana.

Denotación del díptico exterior e interior

Es un díptico de 28 cm x 21.5 cm en hoja tamaño carta en un color amarillo con franjas en color gris, retoma como ilustración los carteles 1 y 2 ya analizados. El díptico menciona el tipo de tratamiento (sesiones grupales, técnica cognitivo conductual -que dice ser la más eficiente en estos casos- , y señala que en 10 sesiones te pueden ayudar a dejar de fumar.

Connotación del díptico exterior e interior

Este díptico envía a quién lo lee información asociada al tratamiento que se lleva en centros por si algunas personas están interesadas en dejar el hábito de fumar. En viñetas menciona en cinco puntos el modelo de atención, de lado derecho pone

datos cuantitativos en relación al consumo de tabaco y por la parte de atrás tiene el directorio para que se acuda en caso de que la persona que lo lee se interese.

Conclusión

Mi opinión de este díptico es que no promueve la salud, porque las imágenes tendrían que ser alusivas a lo que se describe a los lados, culpabiliza a las personas por tener el hábito de fumar, sí lleva a la reflexión al leer el modelo de atención y los datos cuantitativos. Es respetuoso con el público en partes porque el díptico en general trata de informar y se contradice al ocupar los mismos carteles culpabilizantes y alarmantes antes analizados.

Folleto (Imagen 6)

¡Mejor informate!

Ciudad de México
CII Contigo 52 12 12 12
TELCII Jalisco (33) 38 36 34 63
cij@cij.gob.mx
www.cij.gob.mx
www.cij.gob.org

@cij_contigo
cij.official
cijcontigo
cijcontigo.blogspot.com

 **Centros de Integración Juvenil, A.C.**

¿Quién es más FUERTE?

Para vivir sin adicciones

Folleto (Imagen 7)

Muchas personas comienzan a fumar por curiosidad e imitación. En las mujeres influyen de manera importante la publicidad, la moda, la imagen y la imitación de estereotipos.

Al convivir con las fumadoras aumenta...

- El deseo de fumar.
- La exposición al humo de cigarro.
- Los daños y las consecuencias.

La intoxicación por tabaco incluye mareos, náuseas, vómito, fatiga y debilidad; en algunos casos convulsiones y paro respiratorio.

Fumar provoca:

- Mal aliento.
- Deterioro y resequedad de la piel.
- Dedos y dientes amarillos.
- Arrugas faciales prematuras.
- Menor rendimiento físico y sexual.
- Olor desagradable en ropa y cabello.

No corras el riesgo de una adicción.

Fumar no te hace estar a la moda.

Folleto (Imagen 8)

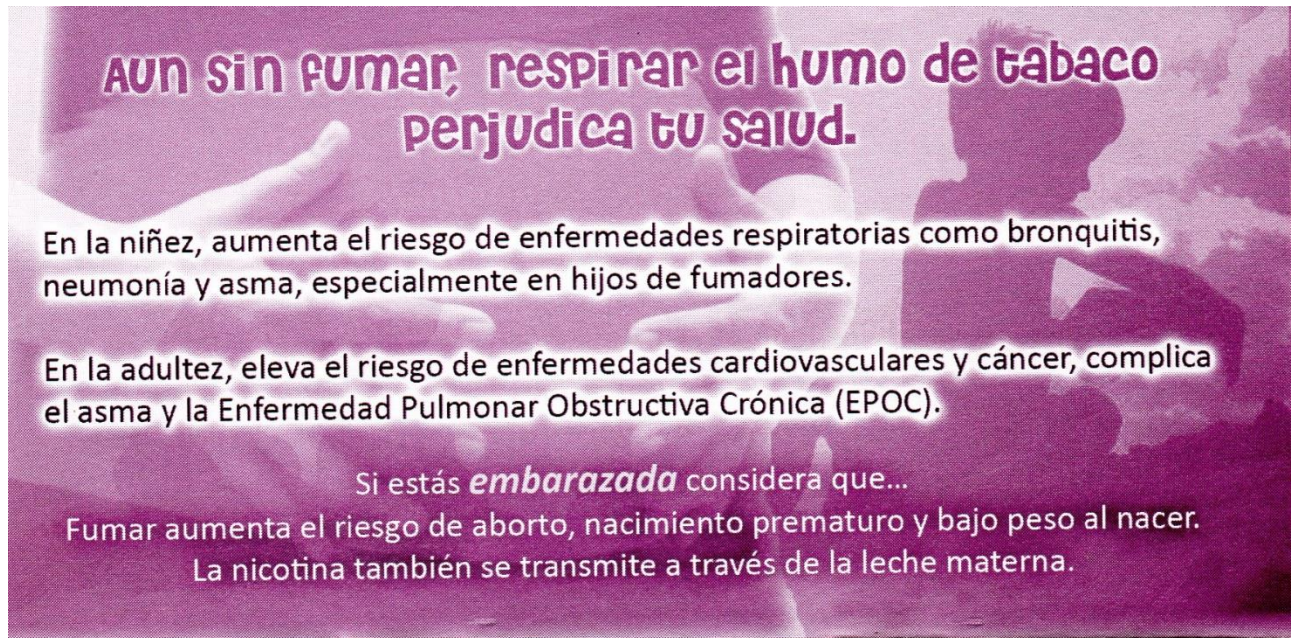
El deseo de seguir fumando se manifiesta con irritabilidad, agresividad, ansiedad, dificultad para concentrarse y dormir, boca seca, aumento de apetito o estreñimiento.

A esto se le conoce como abstinencia.

Depende de la cantidad, de la frecuencia y del organismo.

Fumar no relaja. En realidad retarda los malestares de la abstinencia.

- El consumo de tabaco se asocia a la aparición precoz de menopausia.
- En México, las mujeres de 35 a 69 años de edad con antecedente de tabaquismo presentan 14 veces más riesgo para neoplasias (tumores), en comparación con las que no fuman.
- Existe 7 veces más riesgo para Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica en mujeres con tabaquismo.
- Las mujeres que utilizan anticonceptivos hormonales y fuman tienen mayor riesgo de sufrir trombosis o episodios cardiovasculares graves, por ejemplo, infartos.
- En mujeres latinoamericanas, fumar predice con mayor incidencia el Virus del Papiloma Humano (VPH).



Aun sin fumar, respirar el humo de tabaco perjudica tu salud.

En la niñez, aumenta el riesgo de enfermedades respiratorias como bronquitis, neumonía y asma, especialmente en hijos de fumadores.

En la adultez, eleva el riesgo de enfermedades cardiovasculares y cáncer, complica el asma y la Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (EPOC).

Si estás **embarazada** considera que...

Fumar aumenta el riesgo de aborto, nacimiento prematuro y bajo peso al nacer. La nicotina también se transmite a través de la leche materna.

Una persona que fuma gasta 89 mil pesos en 20 años de consumo.

Centros de Integración Juvenil te brinda apoyo profesional para dejar de fumar, considerando las necesidades de las mujeres: depresión, estrés y temor a subir de peso. En todas las unidades se ofrecen estos servicios:

1. Conferencias, talleres y cursos para la prevención del consumo de tabaco.
2. Consejería y servicio telefónico de apoyo para dejar de fumar.
3. Terapia de reemplazo con nicotina.
4. Actividades grupales y de ayuda mutua para ex fumadoras.

Sabías que más de cinco millones de mexicanas han dejado de fumar (ENA 2008).

Folleto

Análisis del folleto portada

Mensaje lingüístico del folleto

Centros de Integración A.C.

¿Quién es más fuerte?

Para vivir sin adicciones

Páginas interiores

Muchas personas comienzan a fumar por curiosidad e imitación, en las mujeres influyen de manera importante la publicidad, la moda, la imagen y la imitación de estereotipos.

Al convivir con las fumadoras aumenta.

- El deseo de fumar
- La exposición al humo de cigarro
- Los daños y las consecuencias.
- La intoxicación por tabaco incluye mareos, náuseas vómito, fatiga y debilidad; en algunos casos convulsiones y paro de respiratorio.

Fumar provoca:

- Mal aliento
- Deterioro y resequedad de la piel
- Dedos y dientes amarillos

- Arrugas faciales prematuras
- Menor rendimiento físico y sexual
- Olor desagradable en ropa y cabello

Fumar no te hace estar a la moda.

El deseo de seguir fumando se manifiesta con irritabilidad, agresividad, ansiedad, dificultad para concentrarse y dormir, boca seca, aumento de apetito o estreñimiento.

A esto se le conoce como abstinencia

Depende de la cantidad, de la frecuencia y del organismo.

Fumar no te relaja, en realidad retarda los malestares de la abstinencia.

- El consumo de tabaco se asocia a la aparición precoz de menopausia
- En México, las mujeres de 35 a 69 años de edad con antecedente de tabaquismo presentan 14 veces más riesgo para neoplasias (tumores), en comparación con las que no fuman.
- Existen 7 veces más riesgo para Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica en mujeres con tabaquismo
- Las mujeres que utilizan anticonceptivos hormonales y fuman tienen mayor riesgo a sufrir trombosis o episodios cardiovasculares graves por ejemplo, infartos.
- En mujeres latinoamericanas, fumar predice con mayor incidencia el Virus de Papiloma Humano (VPH)

Aún sin fumar, respirar el humo de tabaco perjudica la salud.

En la niñez, aumenta el riesgo de enfermedades respiratorias como bronquitis, neumonía y asma, especialmente en hijos de fumadores.

En la adultez, eleva el riesgo de enfermedades cardiovasculares y cáncer, complica el asma y la Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (EPOC). Si estas embarazada considera que...

Fumar aumenta el riesgo de aborto, nacimiento prematuro y bajo peso al nacer.

La nicotina también se transmite a través de la leche materna.

Una persona que fuma gasta 89 mil pesos en 20 años de consumo.

Centros de Integración Juvenil te brinda apoyo profesional para dejar de fumar, considerando las necesidades de las mujeres: depresión, estrés y temor a subir de peso. En todas las unidades se ofrecen estos servicios:

1. Conferencias, talleres y cursos para la prevención del consumo de tabaco
2. Consejería y servicio telefónico de apoyo para dejar de fumar
3. Terapia de reemplazo con nicotina
4. Actividades grupales y de ayuda mutua para ex fumadores.

Sabías que más de cinco millones de mexicanas han dejado de fumar (ENA 2008).

¡Mejor infórmate!

Ciudad de México CIJ Contigo 52-12-12-12

TEL CIJ Jalisco 38-36-34-63

www.cij.gob.mx

www.cij.org.mx

@cij_contigo cij.oficial cijcontigo cijcontigo.blogspot.com

Mensaje denotado del folleto

Es un folleto de medidas 13 cm x 6.5 cm de largo contiene seis páginas en color morado. Al inicio de esta página una figura del lado derecho color lila y debajo una franja en color negro, debajo de ésta figura se encuentra una forma cilíndrica con manchas en color más tenue. Lo acompaña la frase: ¿Quién es más fuerte?

En la página siguiente, se encuentra una mujer con manos extendidas, en la parte de abajo hay una imagen de dos mujeres con la boca abierta, se muestra con rostros de distintas expresiones y caras con diferentes características.

En la siguiente página la mujer que está de fondo se muestra sonriente del lado izquierdo muestran la sombra, mientras que del lado derecho está en un color más fuerte con ojos abiertos y manos extendidas.

Siguiendo con las páginas detrás de texto se encuentra una mujer embarazada tocándose el vientre y del lado derecho la silueta de un niño.

Mensaje connotado del folleto

El folleto parece estar dirigido a mujeres, pues a lo largo del texto se hacen distintos tipos de alusiones a ellas. Ejemplo de lo anterior es la imagen de los zapatos altos de mujer, pisando un cigarro. Esto podría referirse al poder de la mujer contra el cigarro, pues se acompaña de la pregunta “¿Quién es más fuerte?”.

En la siguiente página se muestra una mujer sonriente mostrando alegría asociando la imagen a que se encuentra feliz, mientras que en la parte de abajo muestra imagen de dos mujeres asociándolas al envejecimiento y las causas del cigarro.

En la página siguiente se muestra a una mujer probablemente eufórica. Debajo de esta mujer se encuentra otra con la boca abierta y el cabello alborotado, encima de la imagen cifras sobre riesgos asociados al tabaquismo, la imagen del medio rostro

femenino aparentemente fumando, pudiera también contradecir el contenido, pues ofrece la imagen de una mujer con rasgos muy acordes con el estereotipo femenino de belleza occidental.

En la parte donde se encuentra la mujer embarazada hace alusión a la madre, que es probable que los problemas que conlleve el embarazo tengan relación al consumo de tabaco; si el niño sale de bajo peso o aborto será asociado a este hábito.

Por último, en el cierre menciona que en todas las unidades ofrecen diferentes servicios. Es cuestión de llamar y acudir a la institución para saber si existen, en qué horarios y si hay personal necesario para abordar estos temas.

Conclusión

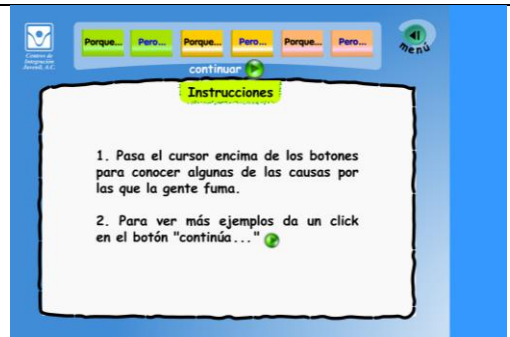
En mi opinión este folleto no promueve la salud porque culpabiliza a las mujeres, lleva a la reflexión por tener en cuenta los problemas que se relacionan al consumo de tabaco, contiene bastante información verídica y obtenida de datos confiables, no obstante esta misma información está basada en estereotipos de mujer y lo relaciona a que sí una mujer fuma se ve fea y una que no fuma se ve linda.

Algo que me parece muy bien son los colores que utiliza ya que son llamativos, el lenguaje es claro, así como el público al que va dirigido, no debería estereotipar a las mujeres por su envejecimiento, por tener a niños de bajo peso o tener niños prematuros, al contrario buscar alternativas con datos confiables de otras causas que pueden provocar estos padecimientos.

Interactivos multimedia (Tabla 1)

Tabla 1. Mensaje lingüístico de los interactivos multimedia de Centros de Integración Juvenil, A.C

 <p>Centros de Integración Juvenil, A.C. INSTITUCIÓN DE SERVICIOS SOCIALES Y COMUNITARIOS DEL GOBIERNO FEDERAL</p> <p>Interactivos Multimedia</p> <p>entrar</p>	 <p>PRESENTACION</p> <p>Centros de Integración Juvenil, A.C.</p> <p>En el programa preventivo "Para vivir sin adicciones" de Centros de Integración Juvenil, A.C. (CIJ), el componente tecnológico (que se crea desde las necesidades específicas de la población usuaria de los servicios institucionales) es un recurso que facilita la apropiación de valores, conocimientos, habilidades y actitudes que forman parte de un conjunto global de actuaciones encaminadas a impedir o retrasar la aparición de conductas de uso y abuso de tabaco, alcohol y otras drogas, o bien, de los factores de riesgo y daños asociados al consumo.</p> <p>Ante este panorama se torna indispensable la elaboración y empleo de tecnologías preventivas de calidad que coadyuven a poner en práctica distintas experiencias de comunicación para mejorar la eficacia de las intervenciones. Cabe destacar que los materiales por sí mismos no son preventivos si no se encuentran inmersos en una acción sistemática, su empleo es sólo un recurso facilitador o complemento de los programas de intervención, funcionando como parte de una estrategia didáctica específica. Para más</p>
 <p>PRESENTACION</p> <p>Centros de Integración Juvenil, A.C.</p> <p>comunicación para mejorar la eficacia de las intervenciones. Cabe destacar que los materiales por sí mismos no son preventivos si no se encuentran inmersos en una acción sistemática, su empleo es sólo un recurso facilitador o complemento de los programas de intervención, funcionando como parte de una estrategia didáctica específica. Para que resulten eficaces es indispensable agregar a los estándares científicos de planeación, diseño, implementación y evaluación, siempre dentro de un proceso preventivo integral. Asimismo, su actualización permanente permite tener decisiones sobre su selección, manejo y adaptación en los programas preventivos de manera racional y empírica.</p> <p>El contenido de este disco compacto pone a disposición de los equipos técnicos operativos de CIJ y de otros especialistas interesados en la labor preventiva, diferentes materiales multimedia que la Dirección de Prevención ha diseñado y evaluado a lo largo de los últimos años, para apoyar con el uso de las nuevas tecnologías, la labor profesional que como institución especializada en la atención integral del consumo de drogas nos corresponde.</p>	 <p>PRESENTACION</p> <p>Centros de Integración Juvenil, A.C.</p> <p>La prevención de adicciones debe ser una acción integral, permanente, diferencial y didáctica, es decir, debe responder a las características, necesidades y recursos específicos de cada región, contexto y población.</p> <p>La tecnología preventiva tiene gran impacto desde la visión sociocultural y de los procesos de interacción social que se gestan en la enseñanza-aprendizaje, ya que favorece la relación de contenidos o saberes con actividades de la vida cotidiana.</p> <p>Desde el punto de vista cognitivo es necesario que los contenidos y actividades planteadas en las tecnologías preventivas sean acordes a la cultura, relevantes en cuanto a los significados y al interés de los participantes, con probabilidades de vincularse a situaciones reales.</p> <p>En el programa preventivo "Para vivir sin adicciones" de Centros de Integración Juvenil, A.C. (CIJ), el componente tecnológico (que se crea desde las necesidades específicas de la</p>
 <p>Centros de Integración Juvenil, A.C.</p> <ul style="list-style-type: none"> NIÑOS ADOLESCENTES JUVENES PADRES DE FAMILIA ESPECIALISTAS 	 <p>Centros de Integración Juvenil, A.C.</p> <ul style="list-style-type: none"> NIÑOS ADOLESCENTES JUVENES PADRES DE FAMILIA ESPECIALISTAS Recopilación de Materiales Contenido preventivo Planificación y sus etapas CPT 0-7 CPT 8-9 Alcohol y tabaco Reducir
 <p>Centros de Integración Juvenil, A.C.</p>	 <p>PRESENTA a...</p>



Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

continuar

...no quieren quedar mal con los demás.

¿Qué va a pensar de mí si digo que no?

¡Anda fumate uno!

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

continuar

...hay mejores formas de quedar bien.

¿De verdad? Qué lindo! Gracias

No, no quiero! Oye, ¿sabes que te ves muy bien con ese color?

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

continuar

...creen que se verán atractivos y exitosos como las personas de los anuncios.

¡Orale, que bien se ve!

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

regresar

...creen que pueden dejar de fumar cuando ellos quieran.

¡No pasa nada!

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

regresar

...pueden desarrollar una enfermedad llamada "adicción al tabaco", y es necesario el apoyo de especialistas.

Médico

Doctor no puedo dejar de fumar.

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

regresar

...tienen la idea de que fumar hará que las cosas sean más agradables como platicar, leer y relajarse los nervios.

Te necesito para relajarme

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

regresar

¡Vamos amigo no te preocupes, juntos la vamos a pasar muy bien!

¡Sí!

...pasarla bien y estar contento depende de nuestra capacidad de disfrutar y relacionarnos con otros.

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... 41 menú

regresar

...imitan lo que otros hacen

Sensualmente Bella

¡Quisiera verme tan linda como ella!

Porque... Pero... Porque... Pero... Porque... Pero... regresar menú

...imitar no siempre es adecuado para la salud, es mejor ser original y estar sano.

Sensacionalmente **Bella**

¡Uyyy! qué fea, tiene arrugas y le huele la boca.

Da un click en el tema que quieras ver.

daños causados por el tabaco ¿Por qué fuman las personas?

daños causados por el alcohol ¿Por qué beben las personas?

menú

Instrucciones

BOCA LARINGE

CORAZÓN ESÓFAGO

ESTÓMAGO

PULMONES VEJIGA

RIÑONES

menú

Instrucciones

1. Coloca el cursor sobre los órganos y conocerás la función que cada uno tiene.
2. Después da un click sobre ellos para descubrir los daños ocasionados por fumar tabaco.

BOCA LARINGE

CORAZÓN ESÓFAGO

ESTÓMAGO

PULMONES VEJIGA

RIÑONES

menú

Instrucciones

BOCA LARINGE

CORAZÓN
Bomba la sangre a todo el cuerpo por medio de venas y arterias. La sangre lleva nutrientes, oxígeno y las defensas contra enfermedades.

ESÓFAGO

ESTÓMAGO

PULMONES VEJIGA

RIÑONES

menú

Instrucciones

BOCA
Es por donde entra la comida y es masticada por los dientes. Sirve para sonreír y hablar.

LARINGE

CORAZÓN ESÓFAGO

ESTÓMAGO

PULMONES VEJIGA

RIÑONES

menú

Instrucciones

BOCA LARINGE
Nos permite hablar, por ello se le conoce como la "caja de voz".

CORAZÓN ESÓFAGO

ESTÓMAGO

PULMONES VEJIGA

RIÑONES

menú

Instrucciones

BOCA LARINGE

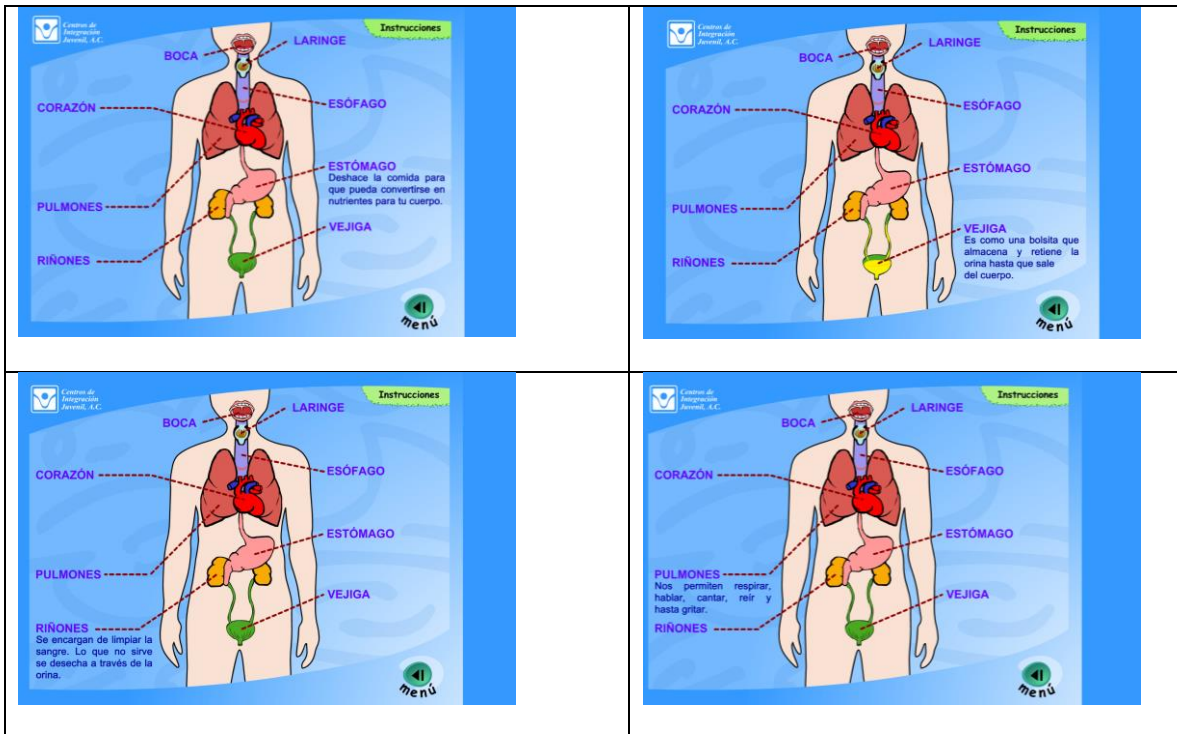
CORAZÓN ESÓFAGO
Es el tubo que lleva la comida desde la garganta hasta el estómago.

ESTÓMAGO

PULMONES VEJIGA

RIÑONES

menú



Mensaje denotado de los interactivos multimedia

Las imágenes que tiene el video son con fondo color azul. En las ventanas que se muestran salen distintas figuras, las letras de anclaje son en color morado, sale una silueta mostrando figuras dentro de ella, así como señalando con líneas rojas la figura que se describe en cada caso. Durante el video se lanza una serie de preguntas tentativas que sí aciertas avanzas, si te equivocas el video no avanza.

Mensaje connotado de los interactivos multimedia

El video es utilizado para explicar el tema de tabaco, no contiene límite de tiempo. Los interactivos multimedia de Centros de Integración contienen distintos temas. Para fines de este trabajo sólo utilizaré: Tabaco y Alcohol ubicado en el bloque de niños. Analizando sólo tabaco, porque es el de mi interés además de que en el bloque de adolescentes habla más de drogas en general.

Es así como en el video donde salen 3 niños llamados César, Irma y Joel, de manera explicativa abarcan el tema del tabaco

Al iniciar el video, parte de la pregunta central ¿por qué fuman las personas?, los autores muestran situaciones donde ellos piensan que es la causa de ¿por qué lo hacen? Terminando con estos ejemplos nos regresamos a la ventana donde se encuentra una silueta del cuerpo humano. Aquí explican brevemente qué órganos se pueden dañar al consumir cigarro a grandes cantidades, ponen el ejemplo de la boca, laringe, esófago, estómago, vejiga, riñones, pulmones y corazón. Los ejemplos que ponen son explícitos con fotos y dibujos y logrando que sea divertido.

Conclusión

Desde mi punto de vista el video no promueve la salud porque culpabiliza a las personas que fuman, juzga a las mujeres y las dejan ver como feas con un aspecto poco agradable por tener este hábito. En momentos te lleva a la reflexión al poner ejemplos sobre las causas de consumir cigarros a grandes cantidades, las imágenes son “divertidas” y al mismo tiempo son violentas (imágenes que no deben ser utilizadas en los materiales para no causar miedo a los niños). Utiliza la ridiculización para llegar y así lograr que se les quede la información. Este mecanismo sirve para hacerlo interesante y ellos participen. Sería posible adecuar imágenes donde los ejemplos no pongan en ridículo a las personas, no juzgar para no agredir al público y no utilizar la burla.

Capítulo 3. Materiales

I. En qué consiste una campaña

Según Larson (1986), “una campaña de salud es un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios, durante un periodo específico. Tienen que ver con: unidad, similitud, continuidad temporal”.

Por tanto, mi campaña tendrá en cuenta a las y los adolescentes, será clara utilizando un lenguaje entendible y de fácil acceso para lograr empatía con los otros.

En esta campaña se retoman algunos rasgos de las prácticas de la Promoción de la Salud Emancipadora, la cual plantea que el contenido de las propuestas debe ser: respetuoso con el otro, no culpabilizar, no juzgar, que no sea clasista, no ridiculice ni etiquete a las personas por tener el hábito de fumar.

Esta campaña comprende 5 materiales: un tríptico, un cartel, un spot radiofónico, una fotosecuencia y un taller. Por medio del uso del cartel, el spot radiofónico y un tríptico se invitará a nuestro público a un taller donde se utilizará la fotosecuencia, teniendo como objetivo principal que las y los adolescentes participantes revisen situaciones generadoras sobre el inicio del uso del tabaco, a partir de las cuales discutirán y reflexionarán sobre sus propias experiencias además de terminar el taller con una postura ante este hábito.

En la elaboración de los materiales de esta campaña se han considerado los siguientes elementos:

- El público al que va dirigido son los adolescentes
- Utilizar un lenguaje entendible, es decir de fácil acceso en los materiales
- Garantizar y gestionar que se difunda la campaña dentro de secundarias: el tríptico que sea repartido a los adolescentes, el cartel que sea colocado en puntos estratégicos y el spot de radiofónico que sea presentado en las aulas de las secundarias.

II. Presentación de la Campaña titulada: ¿Y tú, por qué fumas?

Esta campaña consiste en hacer una invitación al taller por medio de un cartel, un tríptico, un spot de radio. Una fotosecuencia como herramienta para utilizar dentro del taller, los cuales no buscan ridiculizar a las personas, sino por medio de las experiencias¹¹ se involucraría un aprendizaje efectivo, ya que el facilitador forma parte del grupo donde se pretende que se trabaje con ellos y juntos generen un cambio, si lo desean, en condiciones sociales que permitan que no se sigan reproduciendo etiquetas, estereotipos, modas, imitaciones, rebeldía, maneras de pertenecer a grupos juveniles, y así, obtener herramientas de su vida cotidiana que pueden utilizar para saber lo que les conviene y darse cuenta si tienen algún tipo de problema.

El objetivo de esta campaña consiste en reflexionar acerca de las razones que llevan al sujeto a fumar, no culpabiliza a estas personas, contribuirá con información para lograr que los adolescentes se identifiquen y ejemplifiquen situaciones familiares y puedan decidir qué hacer ante este panorama.

Un tríptico, un cartel y un spot radiofónico serán la invitación para el taller que se abordará en ambientes pedagógicos que promuevan la salud, donde los adolescentes puedan interactuar, por medio de las situaciones generadoras expuestas en la fotosecuencia, se reflexionará a través del diálogo, compartir vivencias en relación con el tema y así transferir conocimientos entre todos los participantes del taller.

¹¹ “La experiencia como la representación del todo concreto/ experiencia es siempre y en cualquier lugar significativa/ la experiencia tiene que ser tomada, examinada, analizada, considerada y negada para transformarla en conocimiento (Costas Críticos, Capítulo II)”

David, B. Ruth, C & David, W. (1993) *Introducción: comprender el aprendizaje a partir de la experiencia_Using Experience for Learning*, SRHE y Open University. p. 1.

III. Producto

- Tríptico informativo (Archivo en disco)

El primer material es un tríptico tamaño carta de 21.59 cm x 27.94 cm. Impreso en papel mate en color azul, con letras en color negro y blanco. Tiene distintivos en colores claros, dos imágenes del tema de tabaquismo que tiene uno en la parte de enfrente que es la portada y nos señala: ¿Y tú, por qué fumas?

El contenido de la portada es escrito por medio de frases y palabras que te llevan a reflexionar, en ningún momento aparecen cifras como en los diferentes materiales que se utilizan en la Secretaría de Salud o en diferentes instituciones, no culpabiliza al lector por llevar a cabo este hábito. Trato al sujeto como una persona capaz de tomar sus propias decisiones, no etiqueta, creará en las personas que gusten asistir al taller sensibilización con las personas que consumen tabaco.

Tríptico portada (Imagen 10)



En el contenido de este material nos mencionan diferentes motivos por los que la gente fuma, éstos diferentes hábitos son obtenidos de personas que fuman y se diferenciará por medio del taller los diferentes tipos de consumo ya sea, por factores biológicos, factores psicológicos o factores sociales que llevan a las personas a fumar.

Por último menciona los propósitos que son en relación al consumo del tabaco y se buscará durante del taller una reflexión para las personas que quieran modificar este hábito y así lograr el objetivo de ésta campaña.

Tríptico contenido (Imagen 11)

Reflexionemos acerca de los motivos que te llevan a realizar este hábito

- Fumas por insistencia
- Fumas por quedar bien con tu pareja
- Fumas por ansiedad
- Fumas por socializar
- Fumas por aparentar edad
- Fumas por curiosidad
- Fumas por seguir una moda
- Fumas por imitación
- Fumar por placer
- Fumas por experimentar
- Fumas para relajarte



¡Reflexionemos, si sólo es fumar por fumar, o algo más!

Existen diferentes tipos de consumo, ya sea por:

Factores Biológicos

Factores Psicológicos

Factores Sociales



Propósitos en relación con el consumo de tabaco

- ✓ Explorar la información que se tiene acerca del tabaco.
- ✓ Identificar creencias, mitos y motivos en relación al consumo del tabaco.
- ✓ Conocer e identificar los lugares y las relaciones personales donde se consume con mayor frecuencia.
- ✓ Compartir información con los adolescentes que quieran modificar este hábito

Diseñador Gráfico: Jaime Said García Arregui

- Cartel (Archivo en disco)

El segundo material es un cartel, el cual indica una invitación al taller con medidas de 60x40 cm tiene fondo morado y delineado amarillo. Tiene palabras que te hacen reflexionar. Las palabras son: curiosidad, insistencia, actitud, gusto, moda, imitar, estereotipo, quedar bien, ansiedad, apariencia. En el centro del mismo se encuentra la pregunta ¿Y tú, por qué fumas?, en letras negro con delineado blanco ¡Te invitamos a nuestro taller!

En parte inferior del cartel está el logotipo de la UACM, en seguida Promoción de la Salud y por último Alicia Martínez Flores

El cartel, no nos indica qué hacer, no da indicaciones, pero sí te lleva a recordar el ¿por qué?, no hace ninguna comparación, no etiqueta y da la posibilidad de reflexionar.

Es distinto a otros materiales porque no juzga a los que fuman, no incluye imágenes que generen confusión o ridiculizar a las personas, no generar miedo y es llamativo.

Cartel (Imagen 12)

¡Te Invitamos a nuestro taller!

Curiosidad Insistencia **Actitud**

Gusto **¿Y TÚ, POR QUÉ FUMAS?** Moda

Imitar Quedar Bien **Ansiedad**

Estereotipo **Apariencia**

UACM
Universidad Autónoma
de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

Promoción de la Salud

Alicia Martínez Flores

- Spot radiofónico (Archivo en disco)

Tabla 2. Datos técnicos del spot			
Nombres	Descripción	Recurso	Tiempo
Control (PP)	Música The light-zamBoy	Grabación	1 seg
Miguel	¿Y tú, por qué fumas?		2 seg
Alicia	En nuestro taller reflexionaremos acerca de estos arquetipos sobre los motivos que te llevan a realizar este hábito.		7 seg
Miguel	Fumas por insistencia		1 seg
Alicia	Fumas por quedar bien con tu pareja		2 seg
Miguel	Fumas por ansiedad		1 seg
Alicia	Fumas por socializar		1 seg
Miguel	Fumas por aparentar edad		2 seg
Alicia	Fumas por curiosidad		1 seg
Miguel	Fumas por seguir un moda		2 seg
Alicia	Fumas por imitación		1 seg
Miguel	Fumar por placer		1 seg
Alicia	Fumas por experimentar		1 seg
Miguel	Fumas para relajarte		1 seg
Alicia	Reflexionemos si sólo es fumar por fumar, o algo más.		5 seg
Alicia y Miguel	¡Te invitamos al taller!		3 seg
Control (TP)	Música The light-zamBoy	Grabación	2 seg

Edición. Miguel Romero Martínez

Este spot servirá como una invitación al taller y poder identificar razones que suenen familiares del por qué se fuma.

Algunas veces se fuma porque en el ambiente donde estamos inmersos hay personas que ya lo llevan a cabo, te invitan, insisten a que fumes, para quedar bien con tu pareja, en una fiesta o simplemente para socializar.

Hay otras personas que suelen identificarse porque jamás lo han hecho y tiene esa curiosidad de experimentar que se siente al realizarlo, a veces para verte más grande.

Hay personas que fuman por placer, relajación o ansiedad, estos temas los desarrollaremos en nuestro taller, pues cada una de estas razones puede ser de tipo: social, biológico o psicológico.

- Fotosecuencia (Archivo en disco)

Esta herramienta contiene situaciones generadoras que servirán para ejemplificar el tema de tabaquismo. La fotosecuencia se proyectará en un lugar adecuado, con un grupo pequeño de adolescentes para que la comunicación y el vínculo con el promotor de la salud se aprovechen de tal manera que se generen reflexiones sobre el uso del consumo de tabaco.

Con este proceso se obtendrá una reflexión, en la cual se busca que los adolescentes que consideren modificar el hábito se sientan apoyados con la información pertinente y seguir el proceso de modificación.

La fotosecuencia contiene micro historias para que los adolescentes se sientan identificados. Aquí se encuentran plasmadas 23 fotografías de ejemplos en diferentes ambientes; trabajo, escuela, parque, con los amigos, pasando el rato o en las calles.

Así como nos lo menciona el cartel, la fotosecuencia hace referencia a estas diferentes prácticas; insistencia, curiosidad, imitar, gusto, estereotipo, apariencia, actitud, moda, quedar bien o llamar la atención.

En las primeras tres fotografías se muestra una invitación a consumir tabaco ponen énfasis al acto de tomar el cigarro y encenderlo.

Las cuatro fotografías siguientes es una micro historia donde se puede ver a un grupo de chicos y chicas consumiendo tabaco. En las primeras dos fotos se da por la tarde sin un particular reunidos y bromeando, mientras que en las otras dos están en la cafetería de la universidad pasando el rato.

La octava diapositiva es muy explícita da un ejemplo de imitación al momento de que observa cómo fuma un joven.

Las cinco fotografías siguientes muestran a una persona ansiosa por no ver llegar a nadie que la esperé se da en un ambiente de noche y se encuentra sola.

Así mismo en los ejemplos de las siguientes seis fotografías se ven momentos claros de relajación en el parque, por gusto al ir caminando por las calles o por moda al ver a una chica arreglada.

Las últimas dos fotografías muestran a personas con una actitud relajada al momento de realizar alguna actividad que sea estresante.

Fotografías tomadas por: Daniel Pérez Bedolla

- Taller

El taller será impartido por la Promotora de Salud Alicia Martínez Flores por las mañanas, en lugares estratégicos que se hayan vinculado por medio de la campaña como: casas de cultura, centros de salud, clínicas y dentro de las secundarias donde se haya relacionado. La duración del taller será de 3 horas.

El objetivo que se busca con este taller es: “Las y los adolescentes participantes en el taller revisarán situaciones generadoras (fotosecuencia) sobre el inicio del uso del tabaco, a partir de las cuales discutirán y reflexionarán sobre sus propias experiencias”.

El uso de la fotosecuencia y las actividades propuestas para este taller son con relación al uso del consumo de tabaco en adolescentes.

Carta descriptiva (Tabla 3)

Tabla 3. Carta descriptiva del taller ¿Y tú, por qué fumas?

Impartido por: P.S. Alicia Martínez Flores			Duración: 3 horas	
Objetivo del taller: Las y los adolescentes participantes en el taller revisarán situaciones generadoras (fotosecuencia) sobre el inicio del uso del tabaco, a partir de las cuales discutirán y reflexionarán sobre sus propias experiencias.				
No.	Actividad	Descripción	Materiales	Tiempo
1	Creación de ambiente de confianza	Se preguntará a los y las participantes su nombre y ¿Cómo llegaron al taller?	Un espacio destinado por las instituciones para el taller.	20 min
2	Identificar y socializar conocimientos previos sobre el uso de tabaco	Se iniciará con una lluvia de ideas sobre el uso del tabaco. Factores de tipo biológico, sociales o culturales	Características del lugar: <ul style="list-style-type: none"> • Lugar cerrado • Pantalla • Cañón de proyección • Computadora • Bocinas • Sillas para nuestros asistentes 	30 min
3	Observar situaciones generadoras para hablar de por qué fuman las personas	Se preguntará a los participantes <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué vieron? • ¿Alguna de las razones que viste te suena familiar? • Cuéntame una historia como ejemplo 		70 min
4	Reflexión	Se pedirá a los asistentes que tomen una postura acerca del uso del tabaco.		40 min
5	Cierre del taller	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué me gusto? • ¿Qué me llevo? • ¿Qué se hoy qué no sabía ayer? 		20 min

Conclusiones

En este trabajo se plantearon objetivos de crear una campaña que ayude a reflexionar, donde no se culpabilice, no etiquete, ni excluya a personas por tener el hábito de fumar. Además de contribuir con información para que el adolescente analice el ¿por qué se fuma? Identificando situaciones familiares en relación al consumo del tabaco.

La campaña promueve la salud porque evita los mensajes agresivos, la victimización de los sujetos, no pretende generar rechazo por algunos lectores por ser fuerte, maneja lenguaje entendible para cualquier persona, en torno a los consumidores no se les juzga, al contrario se les invita a reflexionar, además de que las imágenes y los mensajes no etiquetan a nadie son sólo ejemplos.

Con estos materiales se desea informar a las personas que buscan modificar hábitos, no que se sientan juzgados ni mucho menos se pretende reclamar por qué fuman.

Por medio de esta campaña se pretende que se construyan aprendizajes en torno a la realidad o contexto en el que los sujetos se encuentran emergidos. Por medio del análisis de las experiencias, este vínculo se puede llevar a cabo a través de la libertad del pensamiento. Teniendo siempre en cuenta la integración de ambientes pedagógicos en el colectivo participante sin caer en la educación tradicional o información sin reflexión.

Además de poder contribuir al manejo de este tema con los adolescentes donde hay un periodo crítico que se caracteriza por cambios fisiológicos, formas de pensar, de ver y entender el mundo.

Por último y para cerrar este tema tendré presente que es complejo, no pretendo cambiar a la gente que fuma, lo que sí pretendo es generar una reflexión sobre el tema aquí escrito y sobre todo que se conozca bien la información acerca del tabaco para saber si es un mito una creencia o algo más.

Tabla 4. Alcances y limitaciones de la campaña ¿Y tú, porqué fumas?

Alcances	Limitaciones
Que la campaña logre la finalidad de invitar al taller y se concreten los propósitos	Que la campaña no tenga interés por parte del público y se vea como un tema no interesante.
Contar con presupuesto para la difusión de la campaña	Que no tengamos los medios necesarios para llegar a nuestro público
Disposición de tiempo y espacio para abordar nuestro taller.	Que los adolescentes no se muestren interesados por el tema y no haya audiencia
Sentido de responsabilidad en la realización de este trabajo	Falta de apoyo de las instituciones en general
Equipamiento preciso para lograr los puntos completos de nuestro taller	Que las instituciones renuncien o falta de material para la realización del taller
Tener distintos ejemplos y reflexión amplia acerca del tema	Que el taller se muestre aburrido y sin interés por parte de los participantes
Que los y las adolescentes se muestren interesados con el tema	Que la postura de los adolescentes sea de ejemplificar el tema

¿Qué aprendí?

Al inicio de este trabajo tuve que lidiar poco a poco con mis ideas acerca del tabaquismo, para mí fue complicada esta investigación, porque tenía cierto rechazo hacia las personas que fuman, pero, en cuanto fui avanzando, investigando, leyendo y trabajando sobre el tema, me di cuenta que es muy diverso y no se puede señalar a las personas por el hecho de fumar.

Desde este punto de vista, yo quería estar en contacto directo con la población a la que dirijo esta campaña: los adolescentes, por eso realicé mis prácticas profesionales en Centros de Integración Juvenil, A.C., como promotora especializada, fue ahí cuando me di cuenta que en esta población es muy común la información basada en internet, además de que se repiten patrones que vienen desde casa o comentarios de sus mismos compañeros que no te pasa nada si fumas por primera vez, a escondidas, por curiosidad, por experimentar, etcétera.

En relación con esta institución fueron diferentes actividades que desarrollaba a través de mis prácticas, una en específico que es la de informar a la comunidad en general, esta se lleva a cabo en zonas de la comunidad cercana al CIJ, parques, mercados, casas de cultura, instituciones públicas, entre otras. Donde básicamente lo que se realiza es volanteo e informar de estos temas en trípticos, carteles e información basada en ejemplares de CIJ, dando la información en talleres y pláticas vinculadas directamente con los adolescentes.

Un día haciendo estas actividades, me encontré con una situación, el cartel que analizo en este trabajo, causó una confusión con un adolescente que pasaba por el parque y me dijo que el cartel señalaba e invitaba a que él fumará, le comenté que no, al contrario en esta institución se encargan de contribuir a que modifiquen este hábito.

Fue entonces cuando, tuve mi primer material a analizar. Con el paso de las actividades me fui adentrando más al tema y tuve directamente el material que se entregaba a la misma comunidad y me di cuenta que la información de los

ejemplares no están actualizados del todo, los carteles son seleccionados a partir de concursos donde cualquier persona puede ganar. Son producto del análisis de un grupo de especialistas que escogen el que para ellos cumple con las características de “prevenir e invitar a que acudan a un Centro de Integración más cercano a su domicilio”.

Es así como utilizo los materiales de CIJ para analizarlos, los archivos multimedia son escasos de información y para los niños a los que va dirigido se les hace “divertido”, lo mismo pasa con los que son para adolescentes, pues sirven para causar burlas entre ellos.

Sobre esa base, en mis materiales trato de no seguir estos errores de culpabilizar, generar miedo, confusión o que sean entretenidos para los lectores o la comunidad en general, además de no terminar con moraleja o decir lo que tienen que hacer.

También me enseñó que el tabaquismo es un problema de salud como de enfermedad, y que este hábito no está aislado de problemas psicosociales, económicos, políticos, culturales donde se desenvuelve cualquier persona día con día.

Durante este proceso de análisis es muy importante escuchar a la gente que fuma; hombre, mujer, adolescente o jóvenes, lo que sabe del tema o tiene por entendido. Ya que no nos damos cuenta o al menos no nos ponemos a pensar por qué tienen este hábito.

Así mismo, el enfoque que se tenga de cada una de las palabras escritas en estos materiales es el resultado de días de trabajo, pues aunque pareciera desde mi punto de vista, sólo palabras, detrás de ellas existen varios motivos, situaciones y acciones que logran que las personas tengan este hábito. Una buena relación de empatía sirvió de manera inmediata para lograr confianza con los adolescentes y así entablar una plática del tema.

Para la realización de la fotosecuencia fue lo más difícil de obtener ya que, en un principio desconfían un poco, te preguntan, ¿para qué las quieres?, ¿qué objetivo tienes con sus fotos?, si las utilizarás para algo efectivo o sólo para burlarte de ellos, qué dirán otras personas si la ven en una foto fumando, en fin, diferentes tabús que tienen los mismos “jóvenes” de sus mismas fotos. Al final aparecen jóvenes que sí accedieron a participar.

Quizá fue un arduo trabajo, pero estoy satisfecha de creer que como promotora de salud tenemos esta herramienta de poder contribuir a la reflexión y no sólo atacar a las personas que fuman.

Finalmente, la intervención con este tipo de materiales nos recordará que todos somos capaces de contribuir a generar una reflexión a través de vínculos, comunicación, integración, construcción de un discurso, pero sobre todo un aprendizaje significativo en un proceso bidireccional en un tema.

Anexos

COVENIO MARCO DE LA OMS PARA EL CONTROL DEL TABACO

Artículos 10, 11, 13 y 16

- **Artículo 10**

Reglamentación de la divulgación de información sobre los productos de tabaco

Cada Parte adoptará y aplicará, de conformidad con su legislación nacional, medidas legislativas, ejecutivas, administrativas u otras medidas eficaces para exigir que los fabricantes e importadores de productos de tabaco revelen a las autoridades gubernamentales la información relativa al contenido y las emisiones de los productos de tabaco. Cada Parte adoptará y aplicará asimismo medidas eficaces para que se revele al público la información relativa a los componentes tóxicos de los productos de tabaco y las emisiones que éstos pueden producir.

- **Artículo 11**

Empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco

1. Cada Parte, dentro de un periodo de tres años a partir de la entrada en vigor del Convenio para esa Parte, adoptará y aplicará, de conformidad con su legislación nacional, medidas eficaces para conseguir lo siguiente:

a) que en los paquetes y etiquetas de los productos de tabaco no se promocióne un producto de tabaco de manera falsa, equívoca o engañosa o que pueda inducir a error con respecto a sus características, efectos para la salud, riesgos o emisiones, y no se empleen términos, elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o de otra clase que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros, por ejemplo expresiones tales como “con bajo contenido de alquitrán”, “ligeros”, “ultra ligeros” o “suaves”; y

b) que en todos los paquetes y envases de productos de tabaco y en todo empaquetado y etiquetado externos de los mismos figuren también advertencias sanitarias que describan los efectos nocivos del consumo de tabaco, y que puedan incluirse otros mensajes apropiados. Dichas advertencias y mensajes:

i) serán aprobados por las autoridades nacionales competentes;

ii) serán rotativos;

iii) serán grandes, claros, visibles y legibles;

iv) deberían ocupar el 50% o más de las superficies principales expuestas y en ningún caso menos del 30% de las superficies principales expuestas;

v) podrán consistir en imágenes o pictogramas, o incluirlos.

2. Todos los paquetes y envases de productos de tabaco y todo empaquetado y etiquetado externos de los mismos, además de las advertencias especificadas en el párrafo 1(b) de este artículo, contendrán información sobre los componentes pertinentes de los productos de tabaco y de sus emisiones de conformidad con lo definido por las autoridades nacionales.

3. Cada Parte exigirá que las advertencias y la información textual especificadas en los párrafos 1(b) y 2 del presente artículo figuren en todos los paquetes y envases de productos de tabaco y en todo empaquetado y etiquetado externos de los mismos en su idioma o idiomas principales.

4. A efectos del presente artículo, la expresión “empaquetado y etiquetado externos” en relación con los productos de tabaco se aplica a todo envasado y etiquetado utilizados en la venta al por menor del producto.

- **Artículo 13**

Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco

1. Las Partes reconocen que una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio reduciría el consumo de productos de tabaco.

2. Cada Parte, de conformidad con su constitución o sus principios constitucionales, procederá a una prohibición total de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Dicha prohibición comprenderá, de acuerdo con el entorno jurídico y los medios técnicos de que disponga la Parte en cuestión, una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio transfronterizos originados en su territorio. A este respecto, cada Parte, dentro de un plazo de cinco años a partir de la entrada en vigor del Convenio para la Parte en cuestión, adoptará medidas legislativas, ejecutivas, administrativas u otras medidas apropiadas e informará en consecuencia de conformidad con el artículo 21.

3. La Parte que no esté en condiciones de proceder a una prohibición total debido a las disposiciones de su constitución o sus principios constitucionales aplicará restricciones a toda forma de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Dichas restricciones comprenderán, de acuerdo con el entorno jurídico y los medios técnicos de que disponga la Parte en cuestión, la restricción o una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio originados en su territorio que tengan efectos transfronterizos. A este respecto, cada Parte adoptará medidas legislativas, ejecutivas, administrativas u otras medidas apropiadas e informará en consecuencia de conformidad con el artículo 21.

4. Como mínimo, y de conformidad con su constitución o sus principios constitucionales, cada Parte:

a) prohibirá toda forma de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco que promueva un producto de tabaco por cualquier medio que sea falso, equívoco o engañoso en alguna otra forma o que pueda crear una impresión errónea con respecto a sus características, efectos para la salud, riesgos o emisiones;

b) exigirá que toda publicidad de tabaco y, según proceda, su promoción y patrocinio, vaya acompañada de una advertencia o mensaje sanitario o de otro tipo pertinente;

c) restringirá el uso de incentivos directos o indirectos que fomenten la compra de productos de tabaco por parte de la población;

d) exigirá, si no ha adoptado una prohibición total, que se revelen a las autoridades gubernamentales competentes los gastos efectuados por la industria del tabaco en actividades de publicidad, promoción y patrocinio aún no prohibidas. Dichas autoridades podrán decidir que esas cifras, a reserva de lo dispuesto en la legislación nacional, se pongan a disposición del público y de la Conferencia de las Partes de conformidad con el artículo 21;

e) procederá dentro de un plazo de cinco años a una prohibición total o, si la Parte no puede imponer una prohibición total debido a su constitución o sus principios constitucionales, a la restricción de la publicidad, la promoción y el patrocinio por radio, televisión, medios impresos y, según proceda, otros medios, como Internet; y

f) prohibirá o, si la Parte no puede imponer la prohibición debido a su constitución o sus principios constitucionales, restringirá el patrocinio de acontecimientos y actividades internacionales o de participantes en las mismas por parte de empresas tabacaleras.

5. Se alienta a las Partes a que pongan en práctica medidas que vayan más allá de las obligaciones establecidas en el párrafo 4.

6. Las Partes cooperarán en el desarrollo de tecnologías y de otros medios necesarios para facilitar la eliminación de la publicidad transfronteriza.

7. Las Partes que hayan prohibido determinadas formas de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco tendrán el derecho soberano de prohibir las formas de publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos de productos de tabaco que penetren en su territorio, así como de imponerles las mismas sanciones previstas para la publicidad, la promoción y el patrocinio que se originen en su territorio, de conformidad con la legislación nacional. El presente párrafo no respalda ni aprueba ninguna sanción en particular.

8. Las Partes considerarán la elaboración de un protocolo en el cual se establezcan medidas apropiadas que requieran colaboración internacional para prohibir completamente la publicidad, la promoción y el patrocinio transfronterizos.

- **Artículo 16**

Ventas a menores y por menores

1. Cada Parte adoptará y aplicará en el nivel gubernamental apropiado medidas legislativas, ejecutivas, administrativas u otras medidas eficaces para prohibir la venta de productos de tabaco a los menores de la edad que determine la legislación interna, la legislación nacional o a los menores de 18 años. Dichas medidas podrán consistir en lo siguiente:

- a) exigir que todos los vendedores de productos de tabaco indiquen, en un anuncio claro y destacado situado en el interior de su local, la prohibición de la venta de productos de tabaco a los menores y, en caso de duda, soliciten que cada comprador de tabaco demuestre que ha alcanzado la mayoría de edad;
- b) prohibir que los productos de tabaco en venta estén directamente accesibles, como en los estantes de los almacenes;
- c) prohibir la fabricación y venta de dulces, refrigerios, juguetes y otros objetos que tengan forma de productos de tabaco y puedan resultar atractivos para los menores; y
- d) garantizar que las máquinas expendedoras de tabaco bajo su jurisdicción no sean accesibles a los menores y no promuevan la venta de productos de tabaco a los menores.

2. Cada Parte prohibirá o promoverá la prohibición de la distribución gratuita de productos de tabaco al público y especialmente a los menores.

3. Cada Parte procurará prohibir la venta de cigarrillos sueltos o en paquetes pequeños que vuelvan más asequibles esos productos a los menores de edad.

4. Las Partes reconocen que, para que sean más eficaces, las medidas encaminadas a impedir la venta de productos de tabaco a los menores de edad deben aplicarse, cuando proceda, conjuntamente con otras disposiciones previstas en el presente Convenio.

5. A la hora de firmar, ratificar, aceptar o aprobar el presente Convenio o de adherirse al mismo, o en cualquier otro momento posterior, toda Parte podrá indicar mediante una declaración escrita que se compromete a prohibir la introducción de máquinas expendedoras de tabaco dentro de su jurisdicción o, según proceda, a prohibir completamente las máquinas expendedoras de tabaco. El Depositario distribuirá a todas las Partes en el Convenio las declaraciones que se formulen de conformidad con el presente artículo.

6. Cada Parte adoptará y aplicará medidas legislativas, ejecutivas, administrativas u otras medidas eficaces, con inclusión de sanciones contra los vendedores y distribuidores, para asegurar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en los párrafos 1 a 5 del presente artículo.

7. Cada Parte debería adoptar y aplicar, según proceda, medidas legislativas, ejecutivas, administrativas u otras medidas eficaces para prohibir la venta de productos de tabaco por personas de una edad menor a la establecida en la legislación interna, la legislación nacional o por menores de 18 años.

Referencias bibliográficas

- ✓ Barthes, R. (1992). *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona, Paídos. Pp 27-29
- ✓ Boud, D.,R. Cohen & D. Walker (1993). *El aprendizaje experiencial y la transformación social para un futuro de aprendizaje después de apartheid*. Using experience for learning. Bristol, Pasadena: SRHE/Open University p.4
- ✓ Boud, D.,R. Cohen & David Walker. (1993). *Introducción: comprender el aprendizaje a partir de la experiencia* Using experience for learning. SRHE y Open University p.1
- ✓ Centros de Integración Juvenil, A. C. (2005). *Niños, adolescentes y adicciones. Una mirada desde la prevención*. México: Auroch Lukambanda
- ✓ David, B. Ruth, C & David, W. (1993) *Introducción: comprender el aprendizaje a partir de la experiencia* Using Experience for Learning, SRHE y Open University. p. 1.
- ✓ *Definición de campaña y normas que rigen una campaña*. (2005). Recuperado el 06 de septiembre de 2014, de https://canchicken.files.wordpress.com/2011/05/campaa-publicidad.pdf&sa=U&ei=OUhsU8zFA4qyATp5IKoDg&ved=0CCEQFjAB&usq=AFQjCNGQvXI4tAZHcPuvvtb8xHnb_1O4PA
- ✓ Encuesta Global de la Juventud, 2003 SSA
- ✓ Encuesta Nacional de Salud (2000)
- ✓ Encuesta Nacional de Adicciones (2008). SSA, CONADIC, INP e INEGI

- ✓ Encuesta Nacional sobre el Consumo de drogas en la comunidad escolar. SEP e INP.
- ✓ *La primera Conferencia sobre la Promoción de la Salud reunida en Ottawa.* (1986). Recuperado el 04 de Septiembre de 2014 de, www.cepis.opsoms.org/bvsdeps/fulltext/conf1.pdf
- ✓ Lazcano, P.E. & Hernández A. M. (2002) *La epidemia de Tabaquismo. Epidemiología factores de riesgo y medidas de prevención.* Salud Pública Mex
- ✓ López, F.J. (2013) *Origen y consecuencias de humo tóxico de tabaco.* Guía para la erradicación de atmosferas envenenadas. México. Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones en la Ciudad de México IAPA/ Alianza contra el Tabaco A.C.
- ✓ Manual Nacional de abordaje del tabaquismo en el primer nivel de atención Ministerio de Salud Pública, México, pp. 9 y 11.
- ✓ *Medidas para la reducción del consumo del tabaco.* (2013). Recuperado el 04 de septiembre de 2014, de <http://salud.edomexico.gob.mx/html/doctos/regsan/foros/taquismo/medidas%20para%20reducir%20el%20consumo%20del%20tabaco.pdf>
- ✓ *Medidas para la reducción del consumo del tabaco.* (2013). Recuperado el 04 de septiembre de 2014, de <http://salud.edomexico.gob.mx/html/doctos/regsan/foros/taquismo/medidas%20para%20reducir%20el%20consumo%20del%20tabaco.pdf>
- ✓ *Organización Mundial de la Salud CONVENIO MARCO DE LA OMS PARA EL CONTROL DEL TABACO.* (2003), Recuperado el 05 de Junio de 2014, de http://www.who.int/tobacco/framework/WHO_ftc_spanish.pdf

- ✓ Organización Panamericana de la Salud, *TABAQUISMO una amenaza constante para la salud*. Comunicación para la Salud No. 12, Washigton, 1997.
- ✓ Organización Panamericana de la Salud, INSP (2009). *Encuesta Global de Tabaquismo en Adultos*. México: INSP.
- ✓ Organización Panamericana de la Salud. (2001). *Por una juventud sin tabaco*. Adquisición de habilidades para una vida saludable.
- ✓ SSA Encuesta Nacional de Adicciones 1988
- ✓ SSA Encuesta Nacional de Adicciones 1998
- ✓ SSA Encuesta Nacional de Adicciones 2002
- ✓ SSA Encuesta Nacional de Adicciones 2011
- ✓ *Taller de campañas de comunicación*, (2005) Recuperado el 06 de septiembre de 2014, de,
https://canchicken.files.wordpress.com/2011/05/campaa-publicidad.pdf&sa=U&ei=OUhsU8zFA4qtyATp5IKoDg&ved=0CCEQFjAB&usq=AFQjCNGQvXI4tAZHcPuvvtb8xHnb_1O4PA