

# “EVALUACIÓN CUALITATIVA EX ANTE DE CAMPAÑAS PREVENTIVAS DE CONSUMO DE TABACO, GENERACIÓN DE PROCESOS PARTICIPATIVOS” (Nº1943)

Autores

SANHUEZA C., DÉRGICA<sup>(1,3,4)</sup>, PEÑA Y LILLO A., MACARENA  
SOFÍA<sup>(2)</sup> RODRÍGUEZ O., LORENA<sup>(1,4)</sup>

Filiación de los autores:

1. Escuela de salud publica, Facultad de medicina. Universidad de Chile.
2. Universidad Diego Portales
3. Integración Consultora.
4. CECAN, Centro de control y prevención del Cáncer.

# Introducción

La producción de tabaco a nivel mundial genera daño ambiental por ser un cultivo depredador del medio ambiente y de alto consumo de plaguicidas (OPS, 2022). Contribuye a la crisis planetaria y pone en riesgo la seguridad alimentaria en algunos países.

La generación de campañas asertivas para retrasar el inicio y disuasión de consumo de tabaco en adolescentes ha sido el foco de la política preventiva para MINSAL. Se han procedido a evaluar las campañas de tabaco con el fin de mejorar la producción y selección de los mensajes preventivos para adolescentes. La experiencia de evaluar tres campañas consecutivas de los años 2021, 2022 y 2023, ha generado la necesidad de que las campañas sean evaluadas ex ante con adolescentes con metodologías cualitativas participativas.

Se presenta este estudio basado en metodologías cualitativas realizado entre octubre de 2020 y diciembre de 2023. Por ser un estudio de MINSAL no requiere comité de ética. Todos los participantes contaron con consentimiento informado de sus padres y firmaron asentimientos informados.





## Materiales y métodos

Sobre la base de 10 grupos de discusión (GD) realizados por la plataforma zoom y 2 actividades participativas presenciales (AP) con adolescentes pertenecientes a establecimientos educaciones con distintos NSE, dependencia y región.

Se evaluaron piezas publicitarias para las campañas de prevención del tabaco en los siguientes aspectos: impacto emocional, idea central, realismo e identificación.

# Objetivos

## General:

- Evaluar ex ante, mediante metodologías cualitativa participativas, las campañas de prevención de consumo de tabaco y vaper de los años 2021, 2022 y 2023, con el público objetivo adolescente.

## Específicos:

- Conocer la eficacia de las piezas publicitarias en el impacto emocional de los adolescentes.
- Determinar si se logra comunicar el daño asociado al consumo de tabaco y vaper.
- Identificar los elementos de las piezas que contribuyen a que sea percibida como realista y los aspectos que se pueden mejorar para hacerlas más realistas.
- Conocer cuáles son los elementos del comercial que los adolescentes ven como cercanos a su realidad y los que no.
- Determinar qué elementos se pueden adaptar para mejorar la identificación con la historia y los personajes.
- Formular recomendaciones que contribuyan a mejorar el reglamento sanitario con el fin de generar un sistema de participación real de los adolescentes.



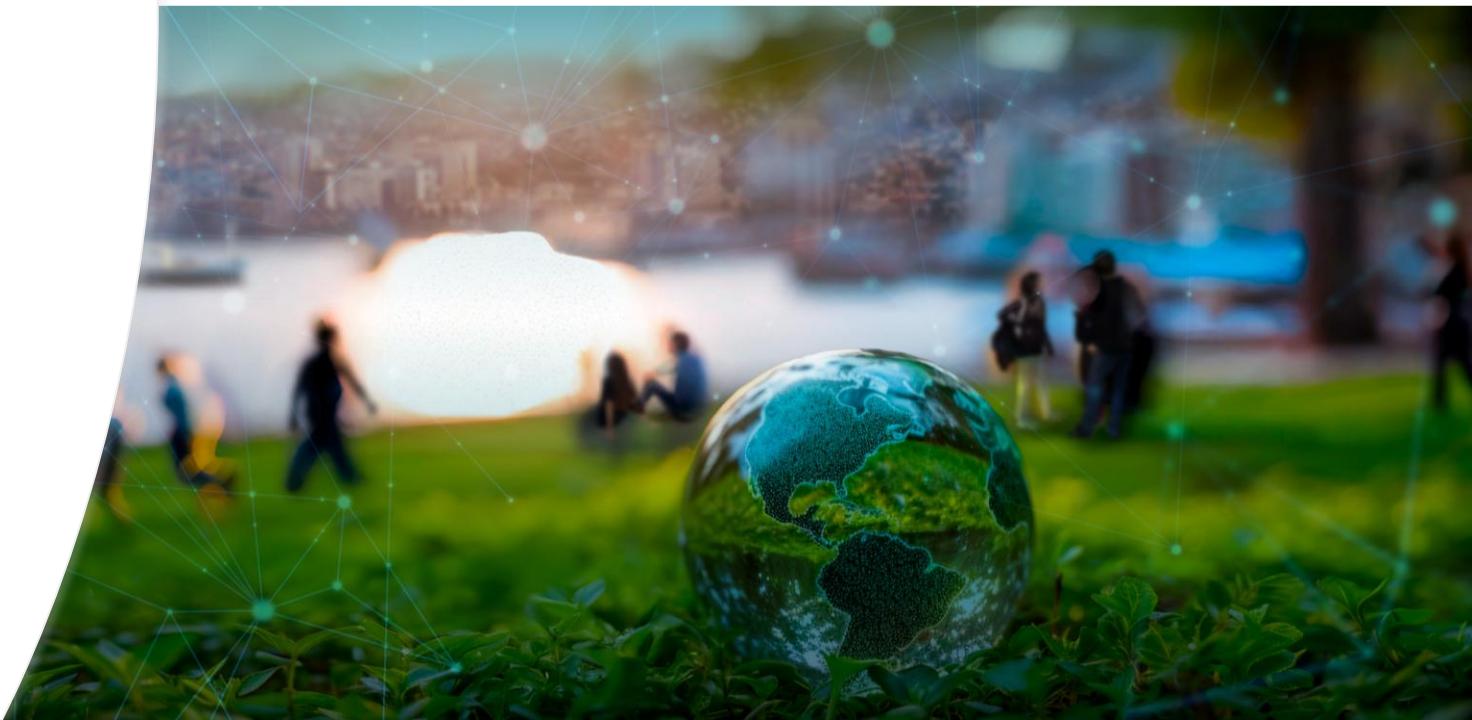
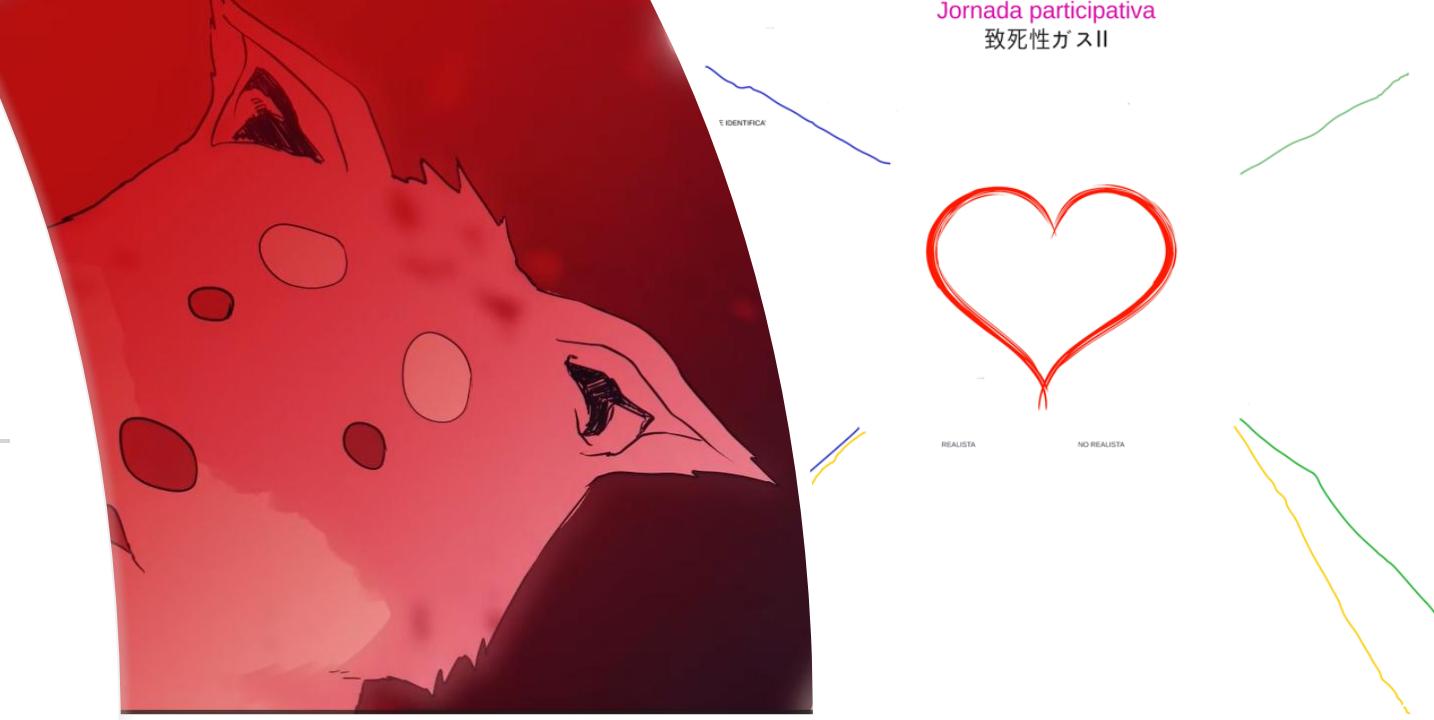
# Proceso

2001	2022	2023
4 grupos zoom	3 grupos de discusión	2 dispositivos participativos
Post campaña	Pre campaña	Pre campaña



# Metodología

- Jornada colaborativa basada en metodologías de participación-acción.
- Utilización de dispositivo físico (Infografía impresa interactiva).



# Objetivos centrales de cada sección de la pauta

- **Impacto emocional**: Objetivo es ver si es que se logra activación emocional, cuáles son las emociones asociadas y entender cuáles son los elementos del video que generar esa emoción (Gantiva, 2022)
- **Idea central**: Objetivo es determinar si es que se logra comunicar el daño asociado al consumo de tabaco.
- **Realismo**: Objetivo es identificar los elementos del spot que contribuyen a que sea percibido como realista y los aspectos que se pueden mejorar para hacerlo más realistas.
- **Identificación**: Objetivo es conocer cuáles son los elementos del comercial que los adolescentes ven como cercanos a su realidad y los que no, y determinar qué elementos se pueden adaptar para mejorar la identificación con la historia y los personajes.



# Descripción de la metodología

- El **protocolo de recolección de datos** buscaba incentivar la participación de los adolescentes a través de un formato interactivo.
- El foco de la pauta estaba puesto en las variables identificadas como clave para mejorar la efectividad del video: impacto emocional, idea central, realismo e identificación.
- En una primera etapa se les pidió a las participantes escribir post-it sus impresiones del video.
- En una segunda etapa se motivó la discusión a partir de esas reflexiones.
- En la tercera y final etapa se solicitaron recomendaciones a las participantes.



# Resultados dispositivo.



# Resultados dispositivo.





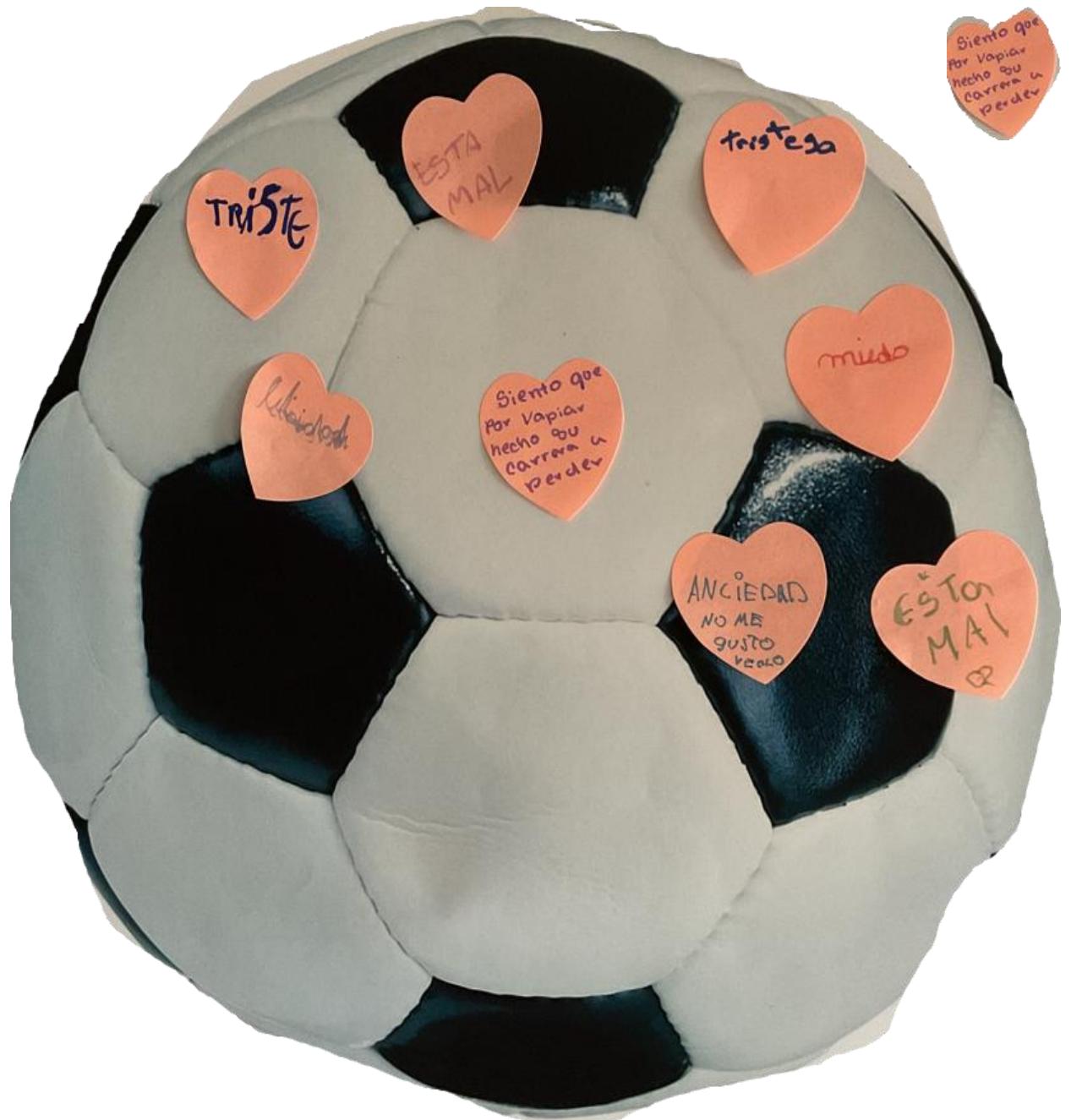
# Resultados

- Basada en el dispositivo participativo elaborado centrado en conocer la campaña en cuatro aspectos, se reportan los siguientes resultados
- 1) Impacto emocional: Se advierte que las emociones que surgen luego de ver el video son exclusivamente emociones negativas, las emociones que aparecen mencionadas por las y los participantes son el miedo, la tristeza, ansiedad, sentimiento de pérdida e incomodidad.
- 2) Idea central: Las participantes logran identificar la idea de que “fumar genera daño tanto a la persona que fuma como a su entorno”.
- 3) Realismo: Se discute la posibilidad de enfatizar más el consumo de tabaco por parte del protagonista con el fin de que sea concordante con las consecuencias. Si bien se percibe como realista que el vapeo produce daño a la salud en términos generales, hay aspectos específicos que no les hacen sentido del todo a los participantes.
- 4) Identificación: El fútbol es un factor muy poderoso para potenciar la identificación de los participantes, tanto para hombres como para mujeres.

# Emoción predominante: tristeza



- "Dentro de la información recopilada en esta primera parte, la emoción identificada discursivamente es la tristeza" Nota de campo 1
- "Las estudiantes relatan que sintieron pena principalmente por el perro, ya que este se siente solo. También una de las niñas señala que el video le hizo sentir melancolía, nostalgia por la felicidad que existía antes que se enfermara el personaje" Nota de campo 2
- Se advierte que priman los sentimientos de tristeza y melancolía a raíz de la destrucción del vínculo del personaje con su perro.



## Predominan emociones negativas



Se advierte que las emociones que surgen luego de ver el video son exclusivamente emociones negativas. Las y los participantes tienen dificultades para expresar las emociones e identificarlas. Solo 4 niños o niñas logran identificar la emoción en el dispositivo.

Las emociones que aparecen mencionadas por las y los participantes son el miedo, la tristeza, ansiedad, sentimiento de pérdida e incomodidad.

Un participante manifiesta estar impactado emocionalmente, ya que no está acostumbrado a ver cosas así, le incomoda ver gente fumando, le produce ansiedad.

Una participante explica que la razón de su tristeza es que recuerda a su abuela, que murió a causa de cáncer por fumar. Es interesante que las historias permitan conectar con experiencias de vida, incluso cuando no se relacionan directamente con el contenido del video.

# Realismo: hay percepción de realismo, pero con observaciones

## ES REALISTA



Tos del personaje



Los dientes amarillos



Adicción a la nicotina

## NO ES REALISTA

- El charco de sangre. Se observa como una cantidad exagerada. Se discute la posibilidad de mostrar sangre en un pañuelo con el que se tapa la boca al toser.
- La relación entre los daños (consecuencias) y la cantidad de consumo de tabaco. Se discute la posibilidad de enfatizar más el consumo de tabaco por parte del protagonista.
- Ambulancia llega muy pronto, no se logra visualizar la magnitud del daño, parece exagerado

# Síntesis sugerencias contenido

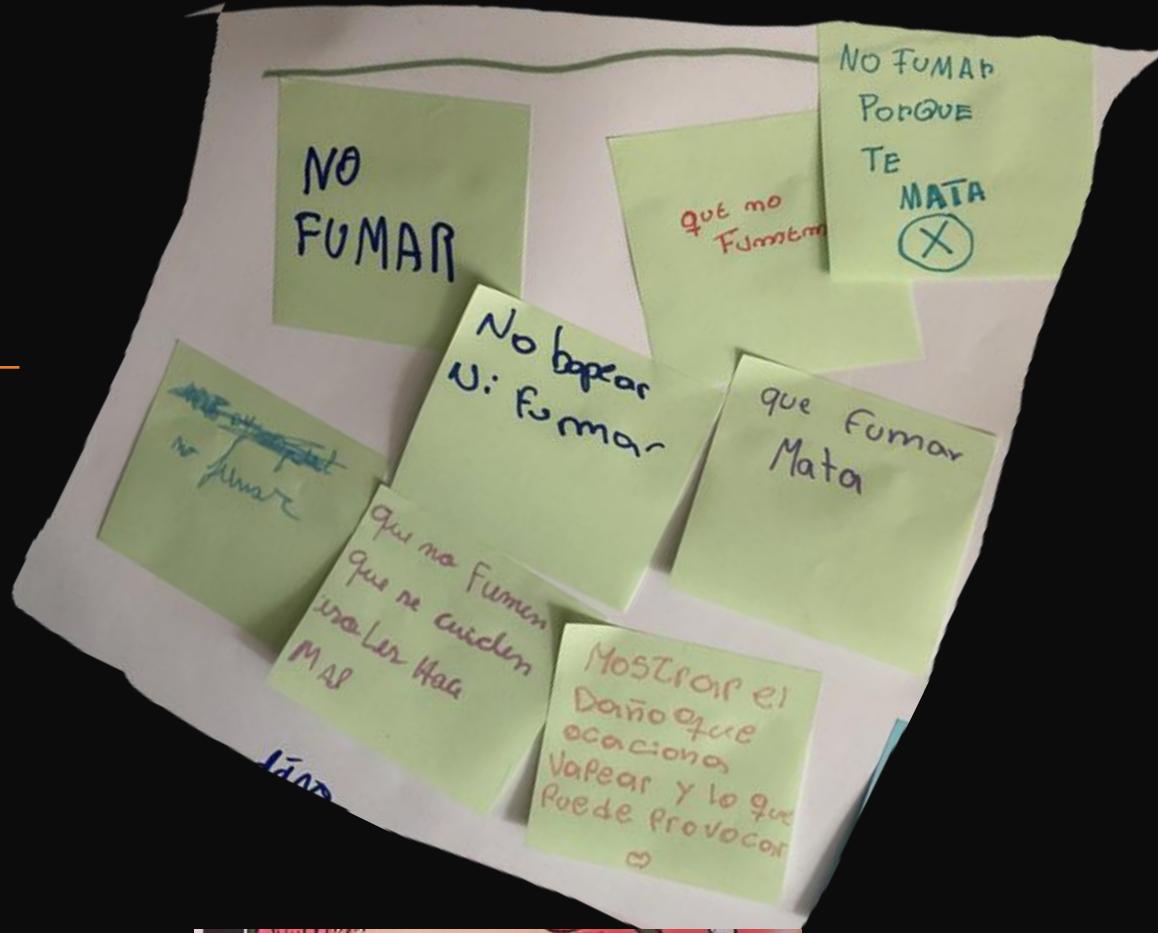
- **Perro como fumador pasivo**: es un elemento inesperado que se podría potenciar para enfatizar la idea del “daño a otros”.
- **Familia para el protagonista**: se puede mejorar la cercanía con el protagonista si es que se presenta a su familia, para no verlo como una persona sola o extranjera.
- **Vínculo con la vecina**: Se puede mejorar la identificación desarrollando también la relación entre el protagonista con la vecina para que se entienda que es una persona cercana.

# Síntesis sugerencias medios

- Como se ha encontrado en estudios previos con la población objetivo, se advierte que el consumo de medios de las y los adolescentes ocurren en alguna medida en convergencia con el de los padres.
  - Así, aparece el **consumo de televisión durante el horario de las teleseries** de la tarde-noche como un espacio en el que ellas esperarían ver los videos de la campaña.
- Se confirma que las redes sociales más populares en el segmento son **TikTok e Instagram**.
- Aparecen expectativas de **publicidad en vía pública**, asociada a su traslado al colegio.

# Idea central: Llamado a no fumar

- La identificación de idea central es más bien genérica. Participantes mencionan cosas como “no fumar porque fumar mata”, “no vapear ni fumar” o el daño que causa el tabaco.
  - Llama la atención que el vapeo no se advierte como tan central es este ámbito, de hecho, los participantes se refieren fundamentalmente a “fumar”.



Realismo: hay percepción de realismo, pero con observaciones

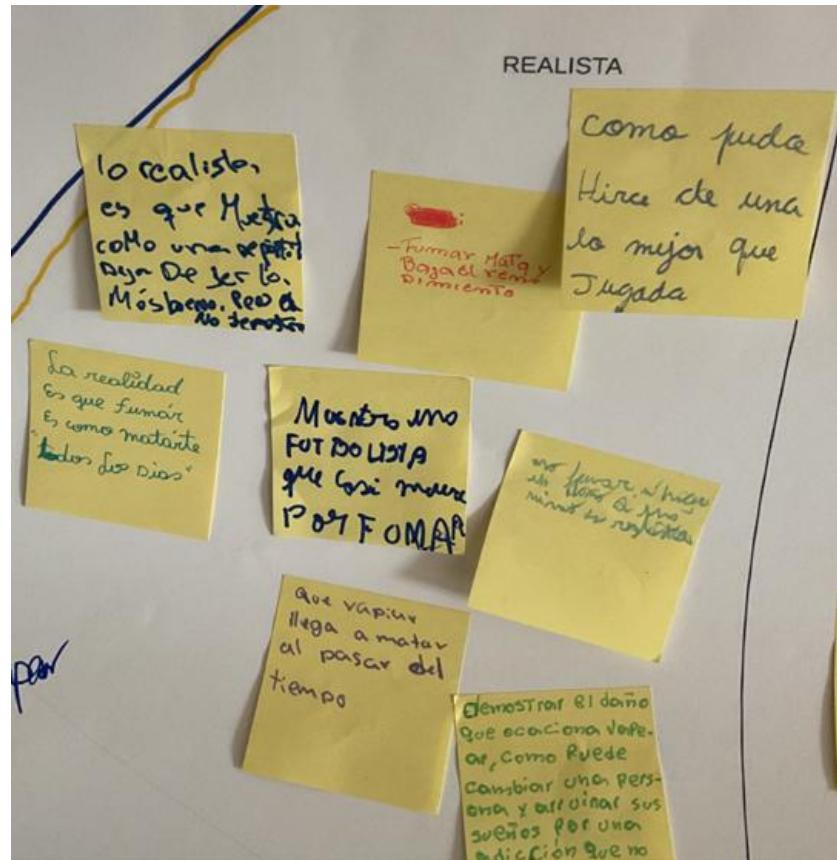
Si bien se percibe como realista que el vapeo produce daño a la salud en términos generales, hay aspectos específicos que no les hacen sentido del todo a los participantes.

Por ejemplo, señalan que es poco realista que el vapeo cause daño tan rápido. No se logra percibir un efecto de paso del tiempo y/o de dosis de consumo que pudiera hacer más realista este daño que se causa.

A esto se suma una percepción, que no tiene que ver con el video, de que el vapeo es “más sano” que el tabaco. De hecho, una niña señala que su tío vapea y que nunca ha tenido problemas de salud asociadas a esa conducta.

Otro aspecto que se considera poco realista es que algunos de los participantes se quedaron con la idea de que la protagonista moría al final del video. Una consecuencia tan fatal es percibida como exagerada por las y los participantes.

En otro ámbito, algunos participantes consideran poco realista que la protagonista pierda el talento a causa del vapeo. Se discute que en realidad ella no pierde el talento, sino que pierde capacidad pulmonar a raíz del consumo y que por eso ya no podía jugar como antes.



# No realismo

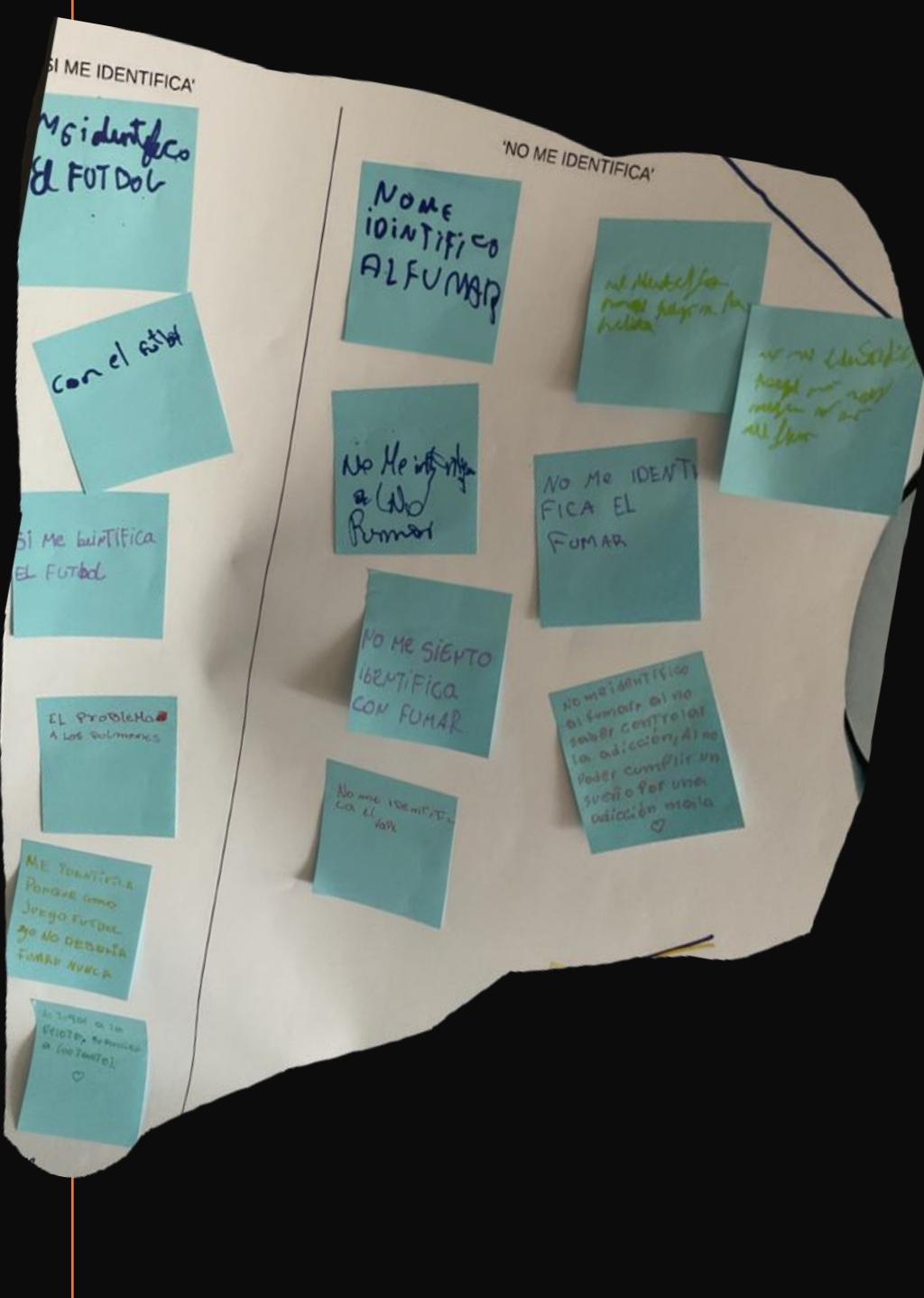
Talento no se pierde, se pierde el “Rendimiento”

La narración no aclara si la protagonista muere al final de la Historia.

Conflictos respecto al tiempo de exposición que ha tenido la protagonista con el vaper, ya que, les causa a los participantes una disonancia lógica.

La discordancia con la realidad de personas que fuman vaporizadores y no tienen consecuencias aparentes les genera cierta duda.

**“Los participantes conversan entre ellos y corporalmente hay una suerte de incredulidad respecto a la rapidez respecto al daño que causa el vaper “ nota de campo**

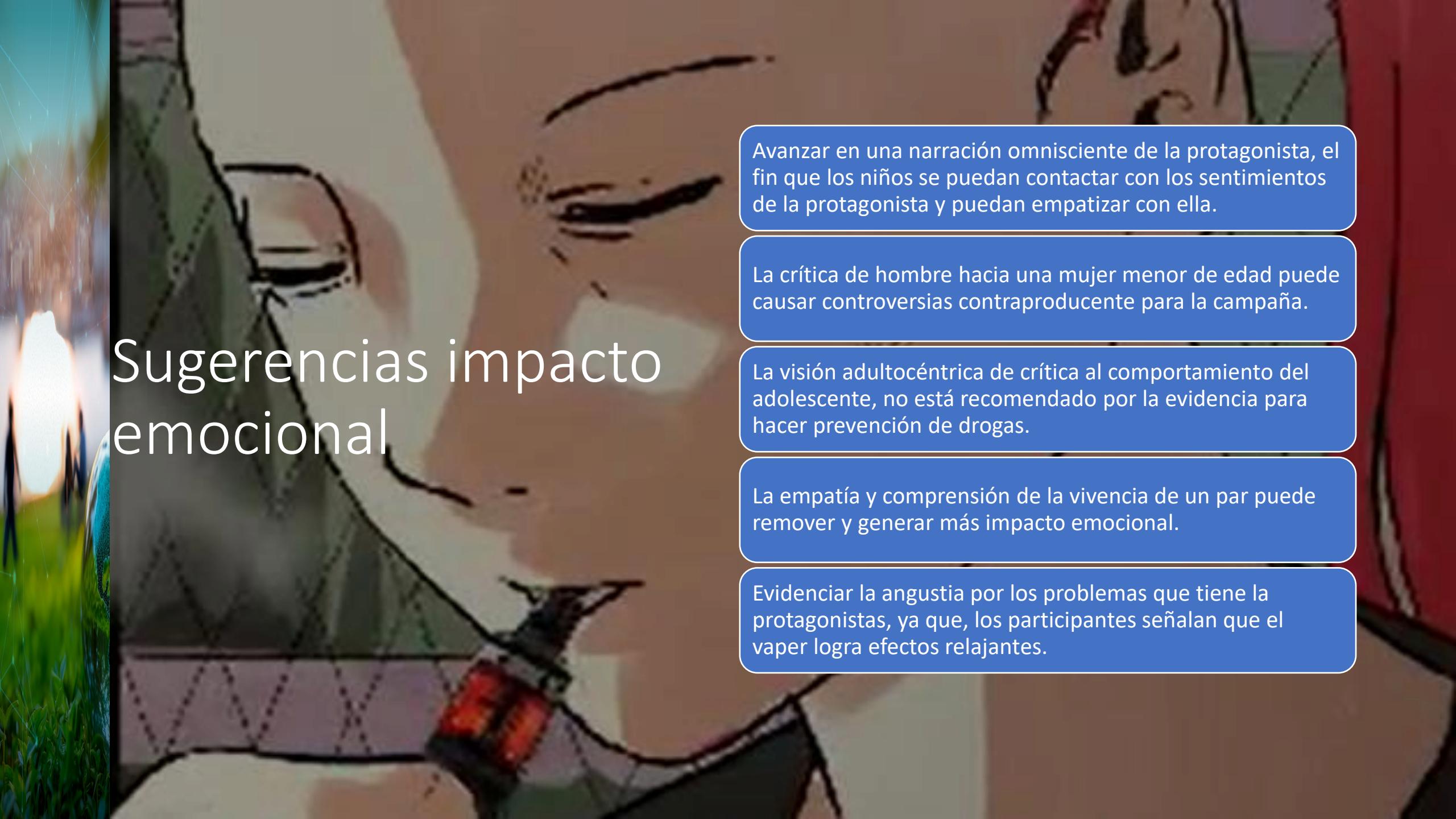


## Identificación: fútbol como factor aglutinador

El fútbol es un factor muy poderoso para potenciar la identificación de los participantes, tanto para hombres como para mujeres. Los hombres dijeron que aun cuando la protagonista era femenina, el hecho de que se tratara de una futbolista los hizo sentir cercanos.

El factor con el que no se identificaron fue el que la protagonista fumara, porque ellos decían no fumar. No obstante, cuando se les preguntó si personas cercanas de su edad (amigos o compañeros) fumaban, varios dijeron que sí.





# Sugerencias impacto emocional

Avanzar en una narración omnisciente de la protagonista, el fin que los niños se puedan contactar con los sentimientos de la protagonista y puedan empatizar con ella.

La crítica de hombre hacia una mujer menor de edad puede causar controversias contraproducente para la campaña.

La visión adultocéntrica de crítica al comportamiento del adolescente, no está recomendado por la evidencia para hacer prevención de drogas.

La empatía y comprensión de la vivencia de un par puede remover y generar más impacto emocional.

Evidenciar la angustia por los problemas que tiene la protagonistas, ya que, los participantes señalan que el vaper logra efectos relajantes.

# Sugerencia Realismo

---



- Los participantes destacaron algunos aspectos que consideran realistas en el video, como el efecto negativo en el rendimiento físico de la protagonista debido al consumo de vaper. Sin embargo, identificaron algunas áreas donde la historia podría mejorar su realismo:
- 1. Eliminar el concepto **talento** y reemplazarlo por **rendimiento** deportivo.
- 2. Dar dimensionalidad de tiempo a la historia, con el fin de darle verosimilitud con un tiempo de exposición que la evidencia señale como suficiente para generar daño respiratorio.
- 3. Clarificar si la protagonista muere o queda con algún tipo de daño.

## Dónde esperan ver esta campaña

---

- Redes, TV y “canchas”
- Los participantes imaginan ver este video principalmente en canchas de fútbol.
- También mencionan espacios digitales como YouTube y redes como TikTok e Instagram.
- Adicionalmente señalan TV, pero no especifican espacios ni horarios.



# Conclusiones



- **Impacto emocional**: se logra conectar con emoción negativa, pero no se entiende por qué la protagonista está consumiendo vaper. Se sugiere que ella cuente su historia y provea detalles.
- **Idea central de la campaña**: Se comprende, aunque en términos generales.
- **Realismo**: hay inquietudes respecto al tiempo y la dosis de consumo, no se percibe realista la magnitud del daño. Hay dudas respecto de si la consecuencia es la muerte.
- **Identificación**: se logra, fundamentalmente por el contexto del fútbol. Es interesante que la identificación es tanto para mujeres como para hombres. El deporte es valorado.

# Resumen de Cambios

- Perrito se convierte en un fumador pasivo.
- Se insertan elementos de realismo a la historia: charco de sangre es más pequeño
- Se baja el tono de crítica del entrenador.
- Se hace un cierre a la historia.



# Conclusión

- Se generaron una serie de modificaciones a los guiones de la serie e incorporación de nuevos elementos sugeridos por los adolescentes. Los resultados de esos cambios se pueden apreciar en la serie humos letales 2 (campaña de 2023). La participación de los adolescentes en la elección de las campañas de tabaco debería incorporarse en el reglamento sanitario con su respectiva norma técnica metodológica, enfatizando en el derecho a la participación en salud de niños y adolescentes. Las limitaciones de este estudio se centran en que la participación de los adolescentes es limitada, muchas veces es simbólica. Las metodologías deberían avanzar a que los adolescentes participen en el desarrollo del guión previo en la etapa en que la agencia publicitaria realiza la lluvia de ideas y genera el concepto. Las limitaciones apuntan a que el estudio no permite investigar a profundidad el nuevo escenario de consumo de vaper.

# Referencias

- “El Tabaco Y Su Impacto Ambiental: Panorama General.” Washington, D.C.: OPS, -1, 2022. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/56065>
- Gantiva C, Sotaquirá M, Chaparro V, Colorado L, Gómez A. Emotional Impact of Graphic Health Warnings on Tobacco Packaging: Analysis of Their Content. *Eur J Psychol.* 2022;18(1):40-52. Published 2022 Feb 25. doi:10.5964/ejop.2885

## Palabras claves:

Prevención del Consumo de Tabaco; Sistemas Electrónicos de Administración de Nicotina; Comunicación en Salud



# VIII Congreso Chileno de Salud Pública X Congreso Chileno de Epidemiología



## ORGANIZAN



## AUSPICIAN

