

PHOTOBOY

La fotografía participativa
como herramienta juvenil
de prevención

COLECCIÓN MAESTROS No. 25

Julián Enrique Páez Valdez
Universidad Católica de Pereira

Red para la cesación del consumo de tabaco de Risaralda



PHOTOBOY

La fotografía participativa como herramienta juvenil de prevención

Universidad Católica de Pereira
Proyecto de Investigación DII-015-004

Photoboy, una Herramienta Tecnológica para la Promoción y
Prevención de Diferentes Tipos de Cáncer Causados por el Consumo de Tabaco

Pereira
2018

Páez Valdez, Julián Enrique.

Photoboy: La fotografía participativa como herramienta juvenil de prevención [fotografía personal] / Julián Enrique Páez Valdez. -- 1a. ed. -- Colombia : Pereira : Universidad Católica de Pereira, 2018.

Libro Digital 112 p. -- (Colección Maestros, No. 25)

ISBN: 978-958-8487-42-7 (Electrónico)

1.Transmedia. 2.Tabaco-- Consumo. 3.Cultura. 4.Fotografía participativa. 5.Investigación acción participativa. 6.Adolescentes. 7.Métodos visuales Comunicación. I.Universidad Católica de Pereira. II. Serie.

CDD 778.3 THEMA AJF Periodismo

Catalogación en la publicación – Universidad Católica de Pereira

Universidad Católica de Pereira

Título: Photoboy: La fotografía participativa como herramienta juvenil de prevención.

Autores: Julián Enrique Páez Valdez

ISBN 978-958-8487-42-7 (Electrónico)

Primera edición 2018

Rector de la Universidad Católica de Pereira: Pbro. Jhon Fredy Franco Delgado

Vicerrector Académico: Jesús Gabalán Coello

Directora de Investigaciones: María Luisa Nieto Taborda

Corrección de Estilo: Inés Emilia Rodríguez Grajales

Diseño carátula: Andrés Morales Chica

Coordinación editorial: Biblioteca Cardenal Darío Castrillón Hoyos

Diagramación:

GRÁFICAS BUDA, SAS.

Calle 15 No. 6-23 PBX: 335 72 35

Pereira – Risaralda - Colombia

Reservados todos los derechos

© Universidad Católica de Pereira, 2018

Carrera 21 No. 49-95 Pereira

Teléfono 312 40 00

ucp@ucp.edu.co www.ucp.edu.co

© Julián Enrique Páez Valdez

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del autor y no compromete el pensamiento institucional de la UCP, ni genera su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos contenidos en la obra, así como por la eventual información sensible publicada en ella.

Pereira, Colombia

Diciembre de 2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	12
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
3. OBJETIVO GENERAL.....	14
3.1 Objetivos específicos	14
4. ACERCAMIENTO TEÓRICO.....	15
4.1 De la visualización a la mediación comunicativa en temas de salud	15
4.2 Procesos de movilización social en torno a la fotografía y la salud	18
4.3 Fotografía, redes sociales y jóvenes.....	20
5. METODOLOGÍA UTILIZADA.....	23
6. EL PROCESO DE APRENDIZAJE.....	24
7. DISCUSIÓN INICIAL	27
7.1 La presión del grupo social en la percepción positiva del consumo	27
7.2 La fotografía participativa como elemento de prevención del consumo de tabaco en jóvenes.....	28
7.3 Lo que los estudiantes expresan en las fotografías	30
8. RESULTADOS	103
8.1 Construir el mensaje disminuye la probabilidad de consumo y la percepción positiva	104
8.2 Del análisis a la acción, una nueva campaña de comunicación con enfoque educativo transmedia	106
9. CONCLUSIONES	108
10. BIBLIOGRAFÍA	109

TABLA DE IMÁGENES

- Imagen 1.	Gestión del concurso Photoboy en la red <i>Facebook</i>	26
- Imagen 2.	Premiación y certificación del concurso fotográfico	27
- Imagen 3.	Fotografías Photoboy, expuestas en diferentes lugares de la ciudad.....	29
- Imagen 4.	Actividades de reconocimiento Photoboy.....	30
- Imagen 5.	Publicidad participativa de prevención	106
- Imagen 6.	Vídeo de prevención realizado por estudiantes	107
- Imagen 7.	Actividades de socialización del proceso final.....	107

TABLA DE FOTOGRAFÍAS

- Fotografía 1.	Sin nombre. Carlos David Grisales.....	34
- Fotografía 2.	Sin nombre. Geraldine Muñoz.....	36
- Fotografía 3.	Una bala silenciosa y moral. Kamila Gómez Flórez.....	38
- Fotografía 4.	Diversión momentánea, daño eterno. María José Mejía Cruz.....	40
- Fotografía 5.	¿Quién consume a quién? Carlos Alberto Suárez	42
- Fotografía 6.	Sin futuro. Natalia Agudelo.....	44
- Fotografía 7.	Tiempo. Victoria Santamaría	46
- Fotografía 8.	Con el tabaco no solo consumes tu vida, sino también la de tu familia. Yuli Vanessa Quebrada.....	48
- Fotografía 9.	El tabaquismo. Mayra Tobón Franco.....	50
- Fotografía 10.	El fin de todo. Daniel Felipe Socha	52
- Fotografía 11.	Eres preso de tus adicciones. Manuela Villegas Niño	54
- Fotografía 12.	Sin nombre. Geraldine Muñoz.....	57
- Fotografía 13.	Que tu arco iris no tenga un final gris. Ladis Ximena Osorio	59
- Fotografía 14.	Sin nombre. Luis Fernando Aldana	61
- Fotografía 15.	La carga del tabaco. Edwin Bonilla Restrepo	63
- Fotografía 16.	No es juego de niños. Juan Esteban Rodríguez	65
- Fotografía 17.	El vaquero de Marlboro. Karen Montoya Gómez.....	67
- Fotografía 18.	Sin nombre. Cristian David Ríos	69
- Fotografía 19.	Tú eliges. Mateo Moreno Gómez	72
- Fotografía 20.	¡¿Qué rayos haces con eso?! Daniel Lenis Gutiérrez	74
- Fotografía 21.	No es solo un papel. Valeria Prado Valencia.....	76
- Fotografía 22.	Sin nombre. María Isabella Cordero.....	78



-	Fotografía 23.	Control. Juan Manuel Velásquez	80
-	Fotografía 24.	Una simple adicción puede llegar a dejarnos sin nada. Harold Bustamante	82
-	Fotografía 25.	Daño irreversible. Andrés Morales Chica.....	85
-	Fotografía 26.	Sin nombre. Andrés Felipe Quebrada.....	87
-	Fotografía 27.	La decepción comunitaria. María José Arias	89
-	Fotografía 28.	Photobomb. David Esteban Rodríguez	91
-	Fotografía 29.	Sin nombre. Víctor Ramírez Agudelo.....	93
-	Fotografía 30.	El cigarrillo te da cáncer, no personalidad. Valentina Correa	95
-	Fotografía 31.	Que una curiosidad no te haga sentir necesidad. Laura Juliana Velásquez	97
-	Fotografía 32.	Que este no sea tu camino. Juanita Moreno Gómez.....	99
-	Fotografía 33.	El tabaco, la vida y sus adicciones. Eva Juliana Gómez.....	101

*Dedicado a todos los jóvenes que
creyeron en este proyecto, que
dedicaron horas a imaginar, a
enseñar, a reflexionar, o simplemente
a obturar.*

**Colaboradores Red para la Cesación
del Consumo de Tabaco de Risaralda**

Paula Andrea Londoño
Germán Alberto Moreno Gómez
José William Martínez
Carolina Ángel
Ana Lucía González García
Claudia Patricia Vélez Bermúdez
Milton César Velásquez Arias
Laura Juliana Bermúdez Burgos
Pedro Pablo Ochoa
Lucy Andrea Henao Guzmán
Felipe Parrado Corredor

Auxiliares de investigación

María Aurora Barrionuevo Blandón
Juan Felipe Arias Cataño
Manuela García Betancourt
Juan Camilo Vélez Ocampo
Juan Pablo Toro Hurtado
Laura Triviño Jiménez
Mariana Salazar Galindo
Laura María López Nieto
Sharick Stefany Guzmán Mera
Luisa Fernanda Escarpeta
Kimberly López Correa
Valentina Guerrero Ríos
Tatiana Gallego Sáenz
Aylin Beltrán Cañedo
Sojami Carolina Camacho Gaxiola
Areli Michelle López
Elizabeth Suiev Ríos

Jóvenes fotógrafos

Carlos David Grisales
Geraldine Muñoz
Kamila Gómez Flórez
María José Mejía Cruz
Carlos Alberto Suárez
Natalia Agudelo
Victoria Santamaría
Yuli Vanessa Quebrada
Mayra Tobón Franco
Daniel Felipe Socha
Manuela Villegas Niño
Ladis Ximena Osorio
Luis Fernando Aldana
Edwin Bonilla Restrepo
Juan Esteban Rodríguez
Karen Montoya Gómez

Cristian David Ríos
Mateo Moreno Gómez
Daniel Lenis Gutiérrez
Valeria Prado Valencia
María Isabella Cordero
Juan Manuel Velásquez
Harold Bustamante
Andrés Morales Chica
Andrés Felipe Quebrada
María José Arias
David Esteban Rodríguez
Víctor Ramírez Agudelo
Valentina Correa
Laura Juliana Velásquez
Juanita Moreno Gómez
Eva Juliana Gómez

PHOTOBOY

La fotografía participativa como herramienta juvenil de prevención

DATOS TÉCNICOS:

Proyecto de Investigación

DII-015-004

- **Nombre:** Photoboy, una herramienta tecnológica para la promoción y prevención de diferentes tipos de cáncer causados por el consumo de tabaco.
- **Investigador principal:** Julián Enrique Páez Valdez
- **Programa:** Comunicación, Social – Periodismo
- **Facultad:** Ciencias Humanas, Sociales y de la Educación.
- **Grupo de investigación:** Comunicación, Educación y Cultura - COL0031566

INTRODUCCIÓN

El presente libro responde a un proceso investigativo que estudió la relación entre herramientas tecnológicas y procesos de comunicación en salud, con el fin de comprender cómo los jóvenes utilizan los dispositivos de comunicación digital y, por consiguiente, revisar la efectividad que tendrían estos espacios como herramientas comunicativas para disminuir el consumo de tabaco y el número de enfermedades de cáncer en jóvenes escolares de Pereira, Colombia.

La siguiente información responde al proyecto de investigación titulado: *Photoboy, una herramienta tecnológica para la promoción y prevención de diferentes tipos de cáncer causados por el consumo de tabaco*, liderado por la Universidad Católica de Pereira, en compañía de la Red para la Cesación del Consumo de Tabaco de Risaralda, integrada por la Universidad Tecnológica de Pereira, la Universidad Libre, Oncólogos de Occidente, Fundación Oncólogos de Occidente y las Secretarías de Salud de Pereira y Risaralda.

El objetivo de este proyecto de investigación en comunicación y salud, fue el de evaluar la efectividad de las campañas tradicionales de comunicación para la prevención del consumo de tabaco, y comparar la efectividad de una propuesta basada en la fotografía participativa en ambientes digitales escolares de la ciudad de Pereira, con el fin de crear una campaña de comunicación colaborativa capaz de llevar el mensaje de los efectos negativos del consumo de tabaco y las posibles causas de cáncer asociadas a esta práctica.

Es importante señalar que los jóvenes de hoy se ven enfrentados a múltiples espacios de representación e intercambio (Franco, 2010). Muchos de ellos aprovechan dichos espacios de visibilización como escenarios para la transmisión, recepción y apropiación de cientos de mensajes informativos o comunicativos, los cuales logran incluirse en los espacios públicos tradicionales y que, en la actualidad, llevan a los jóvenes a evaluar su rol como ciudadanos digitales en múltiples ciberespacios.

Es por esta razón que la presente investigación, además, revisó las actitudes previas y los estados de contemplación que tienen los jóvenes pereiranos sobre el consumo de tabaco,



logrando contrastar una propuesta metodológica de grupos focales, en donde se pusieron a prueba dos diferentes tipos de campañas comunicativas, con el propósito de generar una nueva propuesta de prevención basada en el modelo de la comunicación colaborativa digital.

El trabajo presentado permite comprender cómo las redes sociales digitales y las aplicaciones web se han convertido en un espacio público digital de navegación constante por parte de los jóvenes y, por lo tanto, podría constituirse en una herramienta útil para transmitir campañas de promoción y prevención en temas de salud, políticas públicas y otras necesidades informativas de múltiples sectores.

El presente libro se enfoca en presentar el material gráfico logrado por jóvenes estudiantes de la ciudad de Pereira. Es por esta razón que dentro de él se encuentra una propuesta de análisis fotográfico para comprender cómo el tabaco es percibido por los estudiantes, pero, sobre todo, se muestra un material visual hecho por y para los jóvenes, que ayudó a comprender las dinámicas de producción de campañas en la actualidad y sobre todo, permitió evidenciar cómo el uso pedagógico de medios (Freire, 1993) podría ser más efectivo que las campañas basadas en el miedo o la represión (Maletzke, 1976).

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Este proyecto nació de la necesidad de vigilar el consumo de tabaco como factor de riesgo prevenible para las enfermedades crónicas y el cáncer, en especial durante la niñez y juventud, ya que gracias a los estudios de León y Bonilla (2011) se evidenció que la edad promedio de inicio en el consumo de tabaco en Colombia es de 11,9 años, la prevalencia del consumo de cigarrillo en colegios estuvo entre 7,4% y 34,1% , y el riesgo de inicio entre los no fumadores escolares estuvo entre el 12,3% y el 32%.

La propuesta se justificó y formuló después de conocer que entre 40% y 60% de los estudiantes pereiranos estuvo expuesto al humo ambiental de tabaco en lugares públicos; alrededor del 70% estuvo expuesto a publicidad de tabaco; 45% de escolares de 9° y 10° grado ha probado el cigarrillo al menos una vez en la vida; más del 70% comparte espacios con personas que fuman y, a pesar de que casi el 75% conoce sobre los daños que causa el cigarrillo, es posible que el consumo se transmita por modelos de aprendizaje social entre amigos o familiares (León y Bonilla, 2011).

Se puede decir entonces que la exposición a ambientes de fumadores y a estrategias de mercadeo, tienen mayor peso que las estrategias de educación sobre los efectos perjudiciales del tabaco. Es aquí donde entran las campañas de comunicación para la prevención, como herramienta necesaria para reducir el consumo.

Según los postulados anteriores, podríamos afirmar que el tabaquismo en adolescentes es una problemática de salud pública que podría provocar diferentes tipos de cáncer (Mosquera, 2003). También podríamos afirmar que las estrategias de comunicación tradicional para la promoción y prevención de este tipo de consumo han sido poco efectivas, teniendo en cuenta que los jóvenes prefieren utilizar otros canales de comunicación para informarse y comunicarse con la sociedad. Un ejemplo que sustenta dicha afirmación, es el uso masivo de redes sociales digitales como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, entre otras, así como aplicaciones de intercambio, comunicación y social *gaming* que se basan en la imagen.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde hace varios años, la ciencia ha demostrado la relación estrecha entre el consumo de tabaco y múltiples tipos de cáncer y otras enfermedades (Pearl, 1929; WHO, 2005; Yunis, 2017). Asimismo, surgen entre la comunidad científica preguntas como: ¿qué hacer?, ¿cómo disminuir el consumo? Pero, sobre todo, ¿por qué las personas, aun sabiendo que esto pasa, no dejan de fumar? La solución a estas inquietudes se transmite entonces a los expertos en comunicación, ya que

finalmente, es en las campañas de promoción de hábitos saludables y prevención de consumo, donde podría encontrarse una posible respuesta.

A nivel internacional se han desarrollado varios estudios sobre el tema (Franco, 2010; León y Bonilla, 2011; ODS, 2013). La mayoría de estos trabajos se enfoca en el diseño de las campañas y no en la manera en la que los fumadores interactúan con el mensaje comunicativo creado. Es aquí donde nos preguntamos si son efectivas las campañas que se basan en el miedo, por ejemplo: el etiquetado de las cajetillas de cigarrillos, los afiches, las campañas audiovisuales que siempre están diciendo que el tabaco mata, pero, aun así, no hay una disminución importante en el consumo y, sobre todo, la edad de inicio es cada vez menor.

Estos supuestos nos ayudan a comprender que los jóvenes acceden poco a los medios tradicionales, que las campañas de comunicación se difunden a través de espacios mediáticos de poco intercambio para los estudiantes (Peres y Hilbert, 2009), y que no han colonizado fuertemente espacios como las redes sociales, las páginas de internet o las aplicaciones web.

Para el sector de la salud, por ejemplo, se registran grandes avances en la adaptación tecnológica de múltiples procesos de intervención médica, como es el caso de las TBIs (*Technology-based interventions*):

Tratamientos o intervenciones vía computadora, Internet o dispositivos móviles, solos o en combinación con las formas tradicionales de persona a persona, las cuales evidencian ventajas que incrementan el acceso, la buena relación costo-efectividad, y el tratamiento basado en evidencia que pueden proveer soportes terapéuticos personalizados” (Dallery, Brantley, Marsch y Xie, 2015, p. 2).

Sin embargo, estos procesos de adaptación no han llegado masivamente a los escenarios de la comunicación preventiva en salud, por tanto, es fundamental preguntarnos:

¿Una campaña comunicativa apoyada en la imagen transmitida a través de herramientas tecnológicas (Red Social Digital, Aplicación o Página web) tendría utilidad para modificar las actitudes que tienen los jóvenes hacia el cigarrillo, en aras de prevenir el consumo de tabaco y disminuir los riesgos de cáncer que producen estas prácticas?

Esta pregunta de investigación derivó una serie de postulados adicionales que se tuvieron en cuenta:

- ¿Cuál es la percepción que tienen los jóvenes adolescentes de la ciudad de Pereira sobre el tabaco y el cáncer que este consumo produce?
- ¿Son efectivas las campañas tradicionales de comunicación que proponen los medios de comunicación y las instituciones educativas para la promoción y prevención del consumo de tabaco?
- ¿Qué resultado traería la implementación de campañas comunicativas digitales, que utilicen la fotografía participativa en redes sociales digitales para la prevención del consumo de tabaco, teniendo en cuenta su grado de interactividad y el uso constante que los jóvenes hacen de estas?

A partir de estas inquietudes se formularon una serie de objetivos de investigación que orientaron las prácticas investigativas.

3. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la efectividad de las herramientas tecnológicas (redes sociales digitales y aplicaciones interactivas) para el diseño de campañas de promoción y prevención, con el fin de prevenir el consumo de tabaco y los diferentes tipos de cáncer causados por esta práctica, en los adolescentes de básica secundaria de la ciudad de Pereira – Risaralda.

3.1 Objetivos específicos

- Analizar las actitudes y el proceso de aprendizaje social que tienen los adolescentes de Pereira sobre el consumo de tabaco y los diferentes tipos de cáncer que se derivan de esta práctica.
- Estudiar la efectividad que tienen las campañas de promoción y prevención tradicional que proponen las instituciones educativas, los medios de comunicación y las organizaciones del Estado en la ciudad de Pereira, con el fin de prevenir el consumo de tabaco y, por consiguiente, los diferentes tipos de cáncer derivados de esta práctica.
- Determinar la efectividad de una campaña de comunicación preventiva sobre el consumo de tabaco y los diferentes tipos de cáncer derivados de esta práctica, en redes sociales digitales y aplicaciones interactivas, en jóvenes estudiantes de básica secundaria de la ciudad de Pereira.

4. ACERCAMIENTO TEÓRICO

Para la salud, los medios de comunicación masivos se constituyen en grandes aliados, porque sus contenidos son mediaciones creadoras de conductas que sirven para incidir en los comportamientos colectivos que pueden ser benéficos o nocivos para la salud, y favorecer o no, las conductas y acciones de cada individuo. Medios de comunicación como la televisión y la radio, entre otros, promueven en la ciudadanía la participación con el fin de darle sentido a la ‘comunicación’, pues son actores clave que actúan como mediadores a favor de la salud y pueden generar mayor educación mediante métodos de aprendizaje para fortalecer valores (Pérez y Pinzón-Pérez, 2005).

De acuerdo con lo anterior, el acercamiento teórico de este proyecto se enfocó en estudiar tres categorías. La primera estudia los procesos de mediación comunicativa en salud y tiene como objetivo evidenciar que los individuos no son consumidores pasivos de la información, sino que tienen una visión crítica y son conscientes del proceso de mediación que existe a partir del uso de medios. La segunda categoría trabaja los procesos de movilización social que se dan cuando se involucra al individuo en la construcción del mensaje masivo; es aquí, donde la idea de cultura colaborativa se torna vital para la comprensión de este proyecto. La tercera categoría trabaja el aspecto técnico que brindan las redes sociales digitales, y muestra cómo las fotografías pueden generar un relacionamiento mayor entre los jóvenes y los mensajes de prevención y promoción en salud.

4.1 De la visualización a la mediación comunicativa en temas de salud

Existen influencias que incitan al consumo del tabaco, por ejemplo, los fumadores jóvenes consumen las marcas más anunciadas en televisión, vallas o revistas, ya que el mensaje que transmiten representa para ellos una posible moda que no genera daños. Varias investigaciones (Flórez, 1996; Torres, 1998; Dallery et al., 2015) han logrado demostrar que el consumo de tabaco en jóvenes se da gracias a la influencia de segundas o terceras personas, que incitan a consumir para ser parte de un círculo social de ‘moda’.

Por otro lado, el Ministerio de Salud en Colombia ha formulado políticas para el control de enfermedades, como las producidas por el tabaco, y considera indispensable la promoción de hábitos saludables, razón por la cual este ministerio ha expedido algunas leyes y resoluciones sobre el control del tabaco:

- La Ley 1335 de 2009 estipula políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco, y la Resolución 2010-380-001136-4 de 2010 reglamenta la emisión de mensajes institucionales de prevención contra el consumo de tabaco y sus derivados, en el servicio público de televisión.
- La Circular 031 de 2010 de la Procuraduría General de la Nación reseña las medidas adoptadas por la Ley 1335 de 2009, por medio de la cual se previenen daños a la salud de los menores de edad, a la población no fumadora, y se adoptan políticas públicas para la prevención del consumo y abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados, en la población colombiana.

Estas normas son vitales para vigilar y controlar el consumo de tabaco como factor de riesgo prevenible de enfermedades crónicas. No obstante, León y Bonilla (2011) realizaron un estudio más puntual que evidencia la problemática del consumo en jóvenes de Risaralda. Según los autores:

- La edad promedio de inicio en el consumo de tabaco en Risaralda es de 11,9 años.
- La prevalencia del consumo de cigarrillo en colegios estuvo entre 7,4% y 34,1%
- Entre el 40% y el 60% de los estudiantes estuvo expuestos al humo ambiental de tabaco, en lugares públicos, y alrededor del 70% estuvo expuesto a publicidad de tabaco.
- Aunque entre el 40% y el 69% quiere dejar de fumar, pero continuar con el hábito es muy fácil.
- El 80% consigue cigarrillos en una tienda o supermercado sin interesar su edad.
- Entre el 34% y el 54% recibió información en los colegios sobre los peligros de fumar.

Se puede decir entonces que la exposición a ambientes de fumadores y las estrategias de mercadeo ejercen mayor peso que las estrategias de educación sobre los efectos perjudiciales del tabaco. Además:

Es posible que el consumo se transmita por modelos de aprendizaje social entre amigos o familiares (...) En Pereira, el 45% de los escolares de 9° y 10° grado ha probado el cigarrillo al menos una vez en la vida. Más del 70% comparte espacios con personas que fuman, a pesar de que casi el 75% conoce los daños que causa el cigarrillo (León y Bonilla, 2011, p. 51-52).

A partir de estos resultados, se puede afirmar que el tabaquismo en adolescentes es una problemática de salud pública que provoca diferentes tipos de cáncer (Pérez y Pinzón-Pérez, 2005; Pardo y Piñeros, 2010); asimismo, se evidencia que las estrategias de comunicación tradicional para la promoción y prevención de este tipo de consumo han sido poco efectivas, más, si se tiene en cuenta que los jóvenes prefieren utilizar otros canales de comunicación para informarse y comunicarse con la sociedad, como se observa con el uso de las redes sociales digitales Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, entre otras, así como aplicaciones de intercambio, comunicación y social *gaming*.

Estas marcas digitales funcionan como un territorio público, más conocido como ciberespacio, es decir: “Espacios públicos normativos, que son diferentes a los espacios públicos geográficos y espaciales, que se caracterizan por convertirse en lugares abstractos en los cuales se configuran procesos de discusión, intercambio y deliberación de los asuntos de interés para la sociedad” (Páez y Valdez, 2016, p. 31). Para el caso de esta investigación, el ciberespacio escolar es visto como todas las relaciones multinodales que se derivan de la presencia de los estudiantes en su centro educativo.

Ahora bien, el concepto de espacio público como lugar de circulación de las ideas nace con las ágoras griegas (Fraser, 1990; Habermas, 1988; Benkler, 2006), ya que era allí donde se debatían los temas de las polis antiguas. Con el transcurso de los años se fueron transformando, pasando de espacio cerrados y limitados, a escenarios abiertos gracias al uso de los medios masivos de comunicación.

Es aquí donde vemos la importancia de los medios como herramientas que permiten posicionar en los espacios públicos los temas ligados a la salud, ya que en muchas ocasiones los mensajes informativos que hablan de una enfermedad, epidemia o tratamiento, no son mediatizados y, por consiguiente, no alcanzan a ser visibles en la agenda *setting* de los medios, ni en las conversaciones cotidianas de los ciudadanos. Esto se debe en gran parte, a que la información mediática tiende a ser “caliente”, es decir, habla de los temas que afectan “espectacularmente” a la población en ese momento.

Este acercamiento inicial demuestra que las campañas comunicativas para luchar contra el consumo de tabaco a nivel global o local tienen poca efectividad, ya que no están pensadas para ser mediatizadas, sino simplemente difundidas en múltiples soportes, aclarando además que este proceso de circulación no solo se ve con las estrategias globales, sino también con espacios públicos más reducidos como lo son los países, las regiones, las ciudades e, incluso, comunidades pequeñas.

Se puede decir que las campañas de comunicación para promocionar o prevenir aspectos ligados a la salud, deben lograr que no solo se hable de ellas, sino que permitan ascender a la esfera pública debido a su condición de problemática, logrando así que las personas que visualizan las campañas las repliquen y se generen espacios de discusión mayor. Puede afirmarse que las estrategias de comunicación masiva en la actualidad, generan algunas reacciones individuales, pero no reacciones masivas, lo que lleva a que no exista facilidad para posicionar discursos en lo público. En respuesta a este tema, se busca que todas las campañas respondan a las siguientes características:

- Deben ser reticulares y no olvidar la idea de glocalización de las personas en la actualidad.
- Pensar en las enfermedades como problemas públicos y no exclusivamente individuales.
- Los mensajes deben tocar las fibras individuales, pero deben ser capaces de afectar a grupos poblacionales y, por consiguiente, producir conversaciones capaces de llegar a los territorios públicos a los que pertenecen los receptores de los contenidos.
- Aplicar estrategias de narración transmedia, puesto que los usuarios de hoy no utilizan soportes de manera individual.

4.2 Procesos de movilización social en torno a la fotografía y la salud

Para estudiar la relación entre salud, medios de comunicación y ciberespacios escolares, es importante comprender el significado de la *prevención en salud*, cuyo único propósito es mejorar y mantener la salud y calidad de vida, de la mano de campañas de comunicación tradicional, digitales o educativas, que disminuyan la aparición de enfermedades como el tabaquismo. A nivel de *promoción en salud*, existe una referencia fundamental, la *Carta Ottawa para la promoción de la salud*, diseñada en 1986, en la que se evidencia la concepción de salud pública a nivel mundial, mediante los siguientes postulados:

La promoción de la salud consiste en proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma. Para alcanzar un estado adecuado de bienestar físico, mental y social, un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y realizar sus aspiraciones, de satisfacer sus necesidades y de cambiar o adaptarse al medio ambiente (p. 20).

En esta carta se reconoce además la importancia de las campañas de promoción y prevención en salud mediante los medios de comunicación. En este sentido, la presente investigación identificó una conceptualización básica de las estrategias puestas en marcha en este campo, con el fin de comprender los usos sociales (Lull, 1980) que les dan los jóvenes a dichos productos mediáticos, con el fin de comprender su funcionamiento y poder medir su efectividad.

– *Usos sociales de las campañas de comunicación en salud*

Los medios, incluyendo las redes sociales digitales, instruyen a los actores sociales, es decir, a las personas que se retroalimentan a través de cualquier soporte y que, a partir de los mensajes que asimilan, construyen una realidad que se ajusta a sus intereses o necesidades. Es así como los medios masivos de comunicación son un puente entre los actores sociales y la realidad, sin embargo, es preciso comprender los usos que le dan las personas a dichas plataformas y, por consiguiente, a las campañas para la promoción y prevención en salud.

Según Lull (1980) en su teoría sobre los usos sociales de la televisión, existe una diferencia entre usos estructurales y usos relacionales de los medios de comunicación. En primer lugar, la televisión se utiliza como un recurso estructural para crear “un flujo secundario de ruidos constantes que se cambiará a una posición primaria según lo deseen las personas o los grupos, es un acompañamiento a la hora de hacer las tareas de la casa y las rutinas” (p. 1). Por otra parte, los usos relacionales son “garantía para sus usuarios de una interminable comunicación verbal contra la cual pueden construir sus intercambios interpersonales” (p. 1).

Según el autor, los usos relacionales de los medios son aquellos que generan en los usuarios una etapa de reflexión básica sobre su utilización, por consiguiente, clasifica dichos usos en 4 categorías: *Facilitación de la Comunicación, Afiliación / Escape o Evasión, Aprendizaje Social y Capacidad/Dominio* (Lull, 1980).

En este trabajo investigativo, se retomó la categorización de Lull y se pasó a una adaptación del modelo teórico de la televisión a la fotografía, puesto que sería el primer nivel de la construcción audiovisual. Según esto, los jóvenes podrían utilizar las imágenes fijas para:

- *Facilitar la comunicación:* sobre todo a través de redes sociales como Facebook e Instagram, que les permite estar en contacto con imágenes de su realidad personal y del mundo que los rodea. Considerando lo anterior, la imagen puede convertirse en una herramienta de facilitación comunicativa entre los estudiantes en el espacio público digital, razón por la cual se ven tendencias, como los memes, que generan dinámicas conversacionales entre ellos.

- *Afiliación, escape o evasión*: el uso de la imagen fija en espacios virtuales permite a los estudiantes integrar grupos específicos de interés digital, por ejemplo: los *influencers* divididos en categorías como *blogueros*, *instagramers*, *youtubers*, entre otros. Estas estrategias de afiliación sirven para conocer los gustos de los estudiantes, al mismo tiempo que se convierten en una ventana de escape y/o evasión de la realidad que los rodea.
- *Aprendizaje social*: sin duda alguna, el uso de la fotografía evidencia un aprendizaje a dos niveles: el primero, a nivel creativo, puesto que permite a los estudiantes expresar sus ideas e intereses a través de la imagen y, el segundo, a nivel relacional, ya que lleva a que los estudiantes generen dinámicas de conversación global y aprendizaje de prácticas y conocimientos sociales.
- *Capacidad y dominio*: la última categoría de Lull nos muestra cómo el uso de los medios de comunicación contribuye para que las personas mejoren su capacidad y dominio sobre temas específicos, razón por la cual se evidencia en la imagen fija una dinámica de formación y enseñanza que puede ser utilizada para reducir los niveles de consumo de tabaco.

De otro lado, McQuail, Blumler y Brown (1972) desarrollaron tipologías del uso de los medios, explorando la relación entre usos y condiciones sociales. Estos investigadores formularon una interacción tipológica de los medios de comunicación a través de su vinculación con los usos sociales de la televisión, la radio y la internet que incluyen: *distracción, relaciones personales, identidad personal y vigilancia*.

4.3 Fotografía, redes sociales y jóvenes

Como vimos en este acercamiento teórico, los problemas de salud pública siempre han utilizado los medios de comunicación como herramientas capaces de mediar entre las políticas públicas y los ciudadanos. Este procedimiento se realiza puesto que se reconoce la existencia de un espacio público, en donde los ciudadanos interactúan y se dan las discusiones sociales. Estos espacios de discusión pueden conocer variantes virtuales, como es el caso de las redes sociales digitales (*Facebook o Twitter*), y todos los mensajes comunicativos pueden adaptarse a dicha modalidad, no obstante, en muchas ocasiones no se tiene en cuenta el uso que las personas le dan a dichos contenidos mediáticos y al espacio público digital.

Considerando lo anterior, Photoboy decidió implementar una estrategia de comunicación capaz de utilizar el ciberespacio, comprender el consumo mediático juvenil y disminuir el consumo de tabaco y la percepción positiva de dicha práctica. Por esta razón, se utilizó el primer componente del mensaje audiovisual, la fotografía,

como herramienta capaz de motivar a los jóvenes e implementar un método alternativo; además, porque las redes sociales digitales fundamentan la mayor parte de sus mensajes en formatos gráficos.

Para diseñar una estrategia de impacto, se utilizó la teoría y metodología denominada “Photovoice”, que moviliza la fotografía participativa como herramienta de gestión social en comunidades específicas. Esta, según Rabadán y Contreras (2014):

Se caracteriza porque busca investigar a través de la mirada cómo las personas sostienen una serie de condiciones sociales y desafíos en la vida. A los participantes se les pide representar su contexto, su comunidad, su entorno..., desde su punto de vista, tomando fotografías, hablando de ellos, desarrollando narrativas, etc. (p. 148).

Según esta postura teórica, la fotografía permite movilizar a las comunidades específicas y son una fuente amplia de recursos, experiencias y productos que pueden ser mediatizados. Así, existen redes internacionales como la “*The Photovoice Network*”, que permiten compartir las experiencias globales que utilizan dicho modelo.

La fotografía se convierte entonces en el producto capaz de movilizar percepciones negativas o positivas sobre el tabaco, por lo cual se buscó un escenario de difusión e interactividad entre los jóvenes que permitiera la discusión constante del trabajo. Según Peres y Hilbert (2009), las redes sociales digitales se han convertido en un escenario de intercambio y retroalimentación hipertextual, en donde textos, fotografías, vídeos, audios, entre otros formatos, permiten la interacción de las comunidades específicas.

“Las redes sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. – vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales” (Gallego Trijueque, 2011, p. 118). Una estructura formada por varios individuos u organizaciones que se relacionan de manera interpersonal, tales como las relaciones de amistad, consanguíneas o intereses afines.

Basados en estos conceptos, se desarrolla lo que ahora conocemos como redes sociales digitales (RSD), un conjunto de medios virtuales que se utilizan para unir personas física y moralmente diferentes entre ellas:

Servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su

lista de conexiones o uniones y las hechas por otros dentro del sistema (Boyd y Ellison, 2007, p. 211)

Hablando de internet y no solo de redes digitales, es importante pensar en las repercusiones que tienen las interacciones que los usuarios de la red establecen entre ellos, pues las herramientas tecnológicas han ayudado al hombre a crecer y a mejorar en muchos ámbitos, no obstante, Kowalski et al. (2009) afirman que poner a circular fotografías en las redes sociales tiene un alto impacto negativo (acoso y presión social). Sin embargo, bajo una buena estrategia podría tener un efecto positivo, ya no hablando de alumnos y maestros, sino de público fumador y de la sociedad en general, reenfocando este tipo de acciones y transformando el factor de acoso en presión social.

De igual manera, se trabajó con estos actores a través de la comunicación y la psicología, disciplinas que se unen en la elaboración de distintas campañas sonoras, audiovisuales y visuales. Como se puede observar, algunas estrategias a la fecha, están enfocadas en la creación de conciencia por medio de la imagen de la misma cajetilla de cigarrillos, como una manera de involucrar activamente al público fumador, pues no solo es una publicidad que ve de paso o por coincidencia, sino que la adquiere junto con el producto y queda como foco obligatorio a su vista cada vez que desee fumar.

Uno de los hitos internacionales decisivos en la lucha contra el tabaquismo, ha sido la puesta en marcha por parte de la WHO (2003), del Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) denominado etiquetado neutro, el cual obliga a las franquicias de tabaco a insertar un mensaje sobre la repercusión del producto en la salud humana.

Las campañas, en principio, empezaron a colocar solo frases con un mensaje reflexivo para el fumador, invitando a no consumir cigarrillo o exponiendo alguno de los efectos que este producto causa. En estos casos, los mensajes generalmente se escriben en letras blancas y rojas, sobre un fondo negro, de modo que la parte del mensaje visualmente más fuerte sea la más visible. La nueva táctica de prevención sanitaria fue, y hasta el momento sigue siendo, colocar en la parte exterior de la cajetilla pictogramas de las consecuencias que provoca el cigarrillo, tales como pulmones dañados, dentadura en mal estado, etc.

Recordemos que las organizaciones tabacaleras tienen prohibida la publicidad en medios como TV, radio o impresos, por lo tanto, el tabaco se vuelve un producto autosustentable apoyado por la relativamente poca publicidad en internet y el tradicional boca a boca, aunque claro, al ser un producto que crea adicción tiene la ventaja de no tener muchos consumidores que declinen ante la necesidad del producto.

5 METODOLOGÍA UTILIZADA

El método propuesto para esta investigación fue de enfoque mixto, en el cual se estudiaron los conocimientos previos de los estudiantes sobre el tabaco, así como la reacción del fumador y no fumador frente a las estrategias de comunicación tradicional y digital, con el fin de identificar criterios cualitativos y cuantitativos que se verán reflejados en los pretest, grupos focales y post-test, como técnicas de investigación escogidas y aplicadas.

Se consolidó un corpus de análisis integrado por jóvenes estudiantes de los últimos grados de formación de bachillerato en Colombia, es decir, estudiantes de grado 10 y 11 (para el caso de colegios públicos) y 11 y 12 (para el caso de algunos colegios privados), de 3 instituciones educativas de la ciudad de Pereira, Colombia, consolidando una muestra de 232 jóvenes de los siguientes colegios:

- Luis Carlos González
- Leningrado
- Liceo Taller San Miguel

Estas tres instituciones se escogieron de manera intencional, después de contar con el acompañamiento de la Red para la Cesación del Consumo de Tabaco de Risaralda, pues se identificó que poseían dinámicas particulares pertinentes para analizar de manera comparativa. Así, se eligió un colegio de carácter privado y dos colegios de modalidad pública, con el fin de hacer un ejercicio de indagación, formación y retroalimentación de instrumentos investigativos. Durante el estudio se aplicaron tres instrumentos de investigación fundamentales:

PRETEST: se aplicaron 228 pre-test (de 19 preguntas) con el fin de analizar las actitudes y el proceso de aprendizaje social que tienen los adolescentes de básica secundaria de la ciudad de Pereira, sobre el consumo de tabaco y los diferentes tipos de cáncer que se derivan de esta práctica.

GRUPOS FOCALES: con el fin de determinar la efectividad de una campaña de comunicación preventiva sobre el consumo de tabaco y los diferentes tipos de cáncer derivados de esta práctica, en redes sociales digitales. Se procedió a la realización de 3 grupos focales, a los cuales se les aplicaron instrumentos distintos para poder evaluar el resultado final de las intervenciones, mediante grupos control y experimento en los colegios, que finalmente pudieran entregar los resultados necesarios.

POST-TEST: con el fin de estudiar la efectividad que tienen las campañas de promoción y prevención tradicional que proponen las instituciones educativas, los medios de comunicación y las organizaciones del Estado en la ciudad de Pereira. Se aplicaron 228 post-test, con 19 preguntas que buscaban evidenciar la efectividad de las estrategias tradicionales, Frente a las nuevas estrategias mediadas por redes sociales digitales y, finalmente, la combinación de las mismas.

6 EL PROCESO DE APRENDIZAJE

El anterior entramado teórico y metodológico se construyó teniendo en cuenta un proceso de formación y acompañamiento creativo a los estudiantes, basado en múltiples etapas y que permitió invitar a los jóvenes a participar en una temática de poco interés, como es la disminución del consumo de tabaco. Este proceso de aprendizaje creativo se dividió en las siguientes etapas:

- **Constitución de un equipo de trabajo**

El proyecto de investigación incluyó 13 estudiantes del programa de Comunicación social – periodismo de la Universidad Católica de Pereira, y 4 estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente, UdeO, de México, los cuales se inscribieron como miembros del semillero Photoboy, se capacitaron como formadores en uso pedagógico de medios y ejecutaron trabajos de investigación como la escritura de artículos y la participación en ponencias.

- **Indagación de las actitudes previas**

Los estudiantes de los 3 colegios pasaron por un primer modelo de medición, denominado en la metodología: pretest, que consistió en la presentación del equipo de trabajo y la invitación a completar una encuesta para determinar sus conocimientos previos sobre el tabaco. En este nivel los estudiantes no conocían aún el modelo de intervención que se iba a ejecutar con cada uno de ellos.

- **Acercamiento al primer soporte mediático**

Los integrantes del semillero Photoboy capacitaron a los estudiantes de 2, de los 3 colegios participantes, en el soporte mediático elegido (fotografía). Dicha formación se llevó a cabo en los colegios e incluyó una capacitación inicial sobre la fotografía, su historia, aparición y componentes técnicos, por parte del líder de la investigación.

Después de esta capacitación, los estudiantes recibieron talleres prácticos en 7 niveles de formación fotográfica:

- α. Planimetría
- β. Encuadre
- χ. Ángulos
- δ. Composición fotográfica: regla de los 3 tercios
- ε. Iluminación
- φ. Colorimetría
- γ. Sombras y Luces

Los talleres de formación fueron orientados por los estudiantes integrantes del semillero de investigación universitario, y terminaron con ejercicios prácticos de fotografías realizados por los estudiantes que recibieron la formación al respecto.

Las fotografías obtenidas durante el curso se subieron a un grupo de *Facebook* que se creó por cada colegio y que permitió detectar un primer grado de interactividad en el espacio público digital escolar. Además, estos cursos fueron certificados a cada estudiante por parte de la Universidad Católica de Pereira, al final de la formación.

- **Acompañamiento mediante charlas**

Los estudiantes de 2, de los 3 colegios, recibieron charlas de prevención realizadas por Oncólogos de Occidente y la Fundación Oncólogos de Occidente. Dichas charlas fueron orientadas por médicos especialistas en el tema, quienes mostraron los efectos negativos del consumo de tabaco e invitaron a los jóvenes a disminuir dichas prácticas. Por otra parte, se socializaron campañas tradicionales realizadas por Oncólogos de Occidente, como: La decisión está en tus manos (volantes y afiches) y el doctor feliz, un payaso que muestra los efectos del consumo de tabaco.

- **Lanzamiento del concurso a través de *Facebook***

Después de la primera encuesta, la formación fotográfica y las charlas educativas, se abrió oficialmente el concurso, Photoboy, a través de la red social *Facebook*, en donde se creó un grupo específico del concurso para cada institución educativa, y en donde se subieron las fotos de las capacitaciones, fotografías de los premios y se motivó constantemente a los estudiantes.



Imagen 1. Gestión del concurso Photoboy en la red Facebook.

El concurso fotográfico tuvo solamente una indicación: tomar una fotografía (sin importar el dispositivo de captura) que lograra mostrar la relación que tiene el tabaco con el estudiante en su día a día. El concurso admitió fotografías con o sin edición y logradas con celular o cámaras profesionales. Además, este se gestionó directamente a través de la red social, razón por la cual los estudiantes subieron las fotografías a dicha plataforma. Se recibieron 33 fotografías de los cerca de 232 estudiantes capacitados.

- **Consentimientos informados**

Los estudiantes que participaron en el concurso firmaron los respectivos consentimientos informados y cesión de derechos de las fotografías que presentaron, con el fin de evitar problemas legales; sin embargo, siempre se reconocerá a cada estudiante como autor de la fotografía; además, se les informó que algunas de esas imágenes podrían llegar a ser parte de las campañas posteriores de comunicación realizadas por la Red de Cesación para el Consumo de Tabaco.

- **Premiación y certificación del concurso**

Las 33 fotografías fueron evaluadas por los miembros de la Red para la Cesación del Consumo de Tabaco de Risaralda, quienes eligieron 3 fotografías ganadoras, una por cada colegio participante. También se entregaron 12 menciones honoríficas a estudiantes que se destacaron en el ejercicio propuesto. El premio para cada ganador fue una cámara fotográfica semi-profesional y todos los estudiantes recibieron certificado de participación.



Imagen 2. Premiación y certificación del concurso fotográfico.

- Evaluación de la efectividad

Para detectar la efectividad de la estrategia, pero, sobre todo, revisar cuál fue el proceso de aprendizaje y construcción creativa de las imágenes, se procedió a realizar unas charlas colaborativas en cada colegio, con el fin de preguntarle a los estudiantes la efectividad de la estrategia y las técnicas que utilizaron para abordar la fotografía. Cabe aclarar que en esta etapa también se aplicaron las encuestas post-test para evaluar el procedimiento de efectividad de la investigación.

7 DISCUSIÓN INICIAL

La aplicación de los instrumentos: pretest, grupos focales y post-test, permitieron encontrar 3 líneas básicas de discusión inicial. La primera muestra que existe una presión social a la hora de percibir el consumo, que se fundamenta en la lógica de la presión del grupo y la validación de pertinencia al mismo. La segunda indica que la fotografía participativa puede ser una herramienta para cambiar la presión grupal, puesto que se fundamenta en el aprendizaje colaborativo; y la tercera, refleja que los estudiantes encuentran una relación individual, grupal, social y creativa, a la hora de capturar imágenes que hablen del tabaco.

7.1 La presión del grupo social en la percepción positiva del consumo

Al finalizar la aplicación de la primera encuesta (pre-test) a los 232 estudiantes elegidos, se detectó como resultado fundamental que: el 45,4% de los jóvenes co-habita en escenarios de familias fumadoras, y que un 40,2% co-habita en escenarios de intercambio amistoso, en donde al menos uno de los integrantes fuma. Según

los resultados, el 84% de los estudiantes no fuma ni nunca ha fumado, una cifra muy alta, pero que se ve directamente amenazada por los escenarios de intercambio juvenil, así como por la necesidad de experimentar nuevas experiencias, como lo afirma el 16% restante de los estudiantes que se declaran fumadores.

Un 45,5% de los estudiantes encuestados afirmó que NO aceptaría un cigarrillo por parte de sus compañeros, sin embargo, el 55% restante deja abierta una posibilidad de consumo a futuro. Teniendo en cuenta este dato y reconociendo que el público objetivo del estudio comparte escenarios de consumo frecuente, es necesario buscar alternativas para reemplazar las experimentaciones juveniles (como el consumo de tabaco), ya que la presión de grupo y la repetición entre los pares podría aumentar las cifras de estudiantes con percepción positiva.

7.2 La fotografía participativa como elemento de prevención del consumo de tabaco en jóvenes

Debido a las altas cifras evidenciadas y a la necesidad de utilizar una estrategia interactiva de prevención de consumo de tabaco, se decidió realizar tres grupos focales con muestras representativas de cada colegio, elegidos después de un proceso aleatorio simple, que permitió la aplicación de diferentes instrumentos.

El objetivo de estos grupos focales fue el de evaluar la efectividad de campañas tradicionales y, sobre todo, evaluar la efectividad de la fotografía participativa en redes sociales a la hora de prevenir el consumo de tabaco. Por esta razón, se decidió aplicar 3 grupos focales diferentes:

- Grupo focal 1 (charlas tradicionales): en el colegio 1 se aplicó una serie de conferencias sobre el consumo de tabaco y se entregó material publicitario, con el fin de poder evaluar la efectividad de las campañas tradicionales.
- Grupo focal 2 (Photoboy): en el colegio 2 se aplicó un taller de fotografía participativa titulado Photoboy, que nos permitió utilizar los medios sociales para la difusión del material entregado, especialmente *Facebook*, y formar en el uso pedagógico de medios.
- Grupo focal 3 (experimento): en el colegio 3 se aplicaron los dos métodos descritos anteriormente con el fin de evaluar su efectividad y revisar la pertinencia de las dos propuestas elaboradas de manera conjunta.

Se eligió la fotografía participativa como estrategia de construcción propia del mensaje y como instrumento gráfico que, a través de la imagen, puede poner a circular contenidos mediáticos en ciberespacios escolares. Los tres colegios, además, participaron de un concurso fotográfico llamado Photoboy, en donde se buscaba conocer la percepción que tienen los estudiantes del tabaco a partir de las imágenes que ellos mismos construyeron, logrando así un espacio de construcción colaborativa para el diseño de una nueva campaña de prevención (Scolari, 2010; Scolari, 2013; Scolari, 2016).

Los concursos Photoboy lograron recopilar 33 fotografías realizadas por estudiantes, que permitieron comprender que el diseño de las campañas comunicativas para la prevención del consumo de tabaco, en la actualidad, debe estar centrado en la participación de los involucrados en el mensaje, ya que esto permite la elaboración de piezas más impactantes y sobre todo, evidencia una relación directa entre el problema y el actor objeto de las campañas de prevención.



Imagen 3. Fotografías Photoboy, expuestas en diferentes lugares de la ciudad.

Es importante considerar que los medios de comunicación construyen la realidad de muchas personas a partir de lo que viven (Jenkins, 2006; Jenkins, 2008). Estas, al instruir a los actores sociales (afectados por el consumo de tabaco), se retroalimentan de cualquier medio, sea televisivo, prensa o radio. Es así como

las campañas de prevención expuestas son un puente entre los actores sociales y la realidad (Bandura, 1987).

De esta manera, los usos sociales dependen de las necesidades humanas y, como cada necesidad humana es diferente, se convierten en selectivos. Es teniendo en cuenta estos postulados que se puede afirmar que las campañas para la promoción y prevención pueden ser efectivas, siempre y cuando se alternan con actividades de participación por parte de los afectados, ya que es la única forma de expresar y visibilizar sus opiniones y actitudes con respecto a estas prácticas.

Para el caso de este proyecto, se evidenció que los estudiantes comparten espacios virtuales escolares mediados por las redes sociales digitales, y que es allí donde incluyen sus puntos de vista y opiniones, es decir, es uno de los pocos espacios que consideran libres para poner a circular sus pensamientos con respecto a cualquier tema, razón para considerar que la prevención de cualquier tema de salud debe estar hoy en día integrada a estas plataformas o espacios de intercambio (Valdez, 2016).

Además, se logró evidenciar que los estudiantes son más abiertos a estos temas cuando representan sus sentimientos hacia los mismos a través de las imágenes y, sobre todo, cuando se reconoce su esfuerzo. Reconociendo estas actitudes de los jóvenes, Photoboy entregó diplomas de participación, premios, y llevó las fotografías de los estudiantes a cuatro ciudades colombianas como parte de su misión de difundir el mensaje creado por los mismos.



Imagen 4. Actividades de reconocimiento Photoboy.

7.3 Lo que los estudiantes expresan en las fotografías

El concurso Photoboy recibió 33 fotografías realizadas por los estudiantes, con dispositivos profesionales y no profesionales, así como con procesos de edición y no edición, que evidencian la posición que tienen los jóvenes sobre el consumo de tabaco, y se convirtieron en una fuente de información muy valiosa para el proyecto.

El primer punto a discutir es el nivel de participación, puesto que los estudiantes que más participaron fueron los de instituciones públicas: 30 de las 33 fotografías fueron logradas por estudiantes de los colegios Leningrado y Luis Carlos González, mientras que solo 3 fotografías fueron de los estudiantes del colegio Liceo Taller San Miguel. Lo anterior demuestra que la recompensa sirve como factor de motivación.

Los 3 estudiantes de la institución de educación privada utilizaron aparatos profesionales para la realización de este ejercicio, y lograron trabajos que, incluso, se editaron de manera profesional, pues algunos de ellos ya habían recibido capacitaciones anteriores en temas fotográficos.

Por otra parte, los estudiantes de los colegios públicos realizaron trabajos mucho más colaborativos, tal es el caso de los estudiantes del colegio Leningrado, quienes crearon un grupo de trabajo de 10 estudiantes, buscaron una cámara profesional, pensaron de manera colectiva las fotografías y, además, buscaron apoyo de un fotógrafo profesional para realizar dicha actividad, lo que demuestra un lazo de creatividad y de trabajo en equipo. Las fotografías que se realizaron de manera colectiva tienen criterios muy similares, utilizan planos parecidos y juegan con procesos de significación grupales.

Mientras que los estudiantes del colegio Luis Carlos González fueron los que más participaron, pero su trabajo se hizo de manera independiente y con los recursos que cada uno poseía.

Las 33 fotografías fueron divididas en 4 categorías temáticas que representan lo individual, lo grupal, lo social y lo creativo de cada estudiante:

- Categoría 1. “Rostros”: se reunieron 11 fotografías que muestran la relación de las personas con el cigarrillo, donde la gran mayoría evidencia los rostros de cada individuo y se muestran relaciones diferentes con el tabaco. En esta serie de fotos se puede ver el componente individual del consumo, el cual incluye sobre todo aspectos negativos.
- Categoría 2. “Juegos”: se identificaron 7 fotografías que exponen cómo el tabaco se puede mezclar con los juegos juveniles. Esta categoría evidencia la presencia del tabaco en ambientes mucho más cercanos para los estudiantes, y registra el consumo como un juego, al cual cualquier estudiante podría acceder fácilmente a través de su grupo cercano.
- Categoría 3. “Medio Ambiente”: seis estudiantes reflejaron a través de sus fotografías, la relación directa entre el consumo de tabaco y el medio ambiente; a través de juegos de imágenes o analogías, expresan que existe una relación



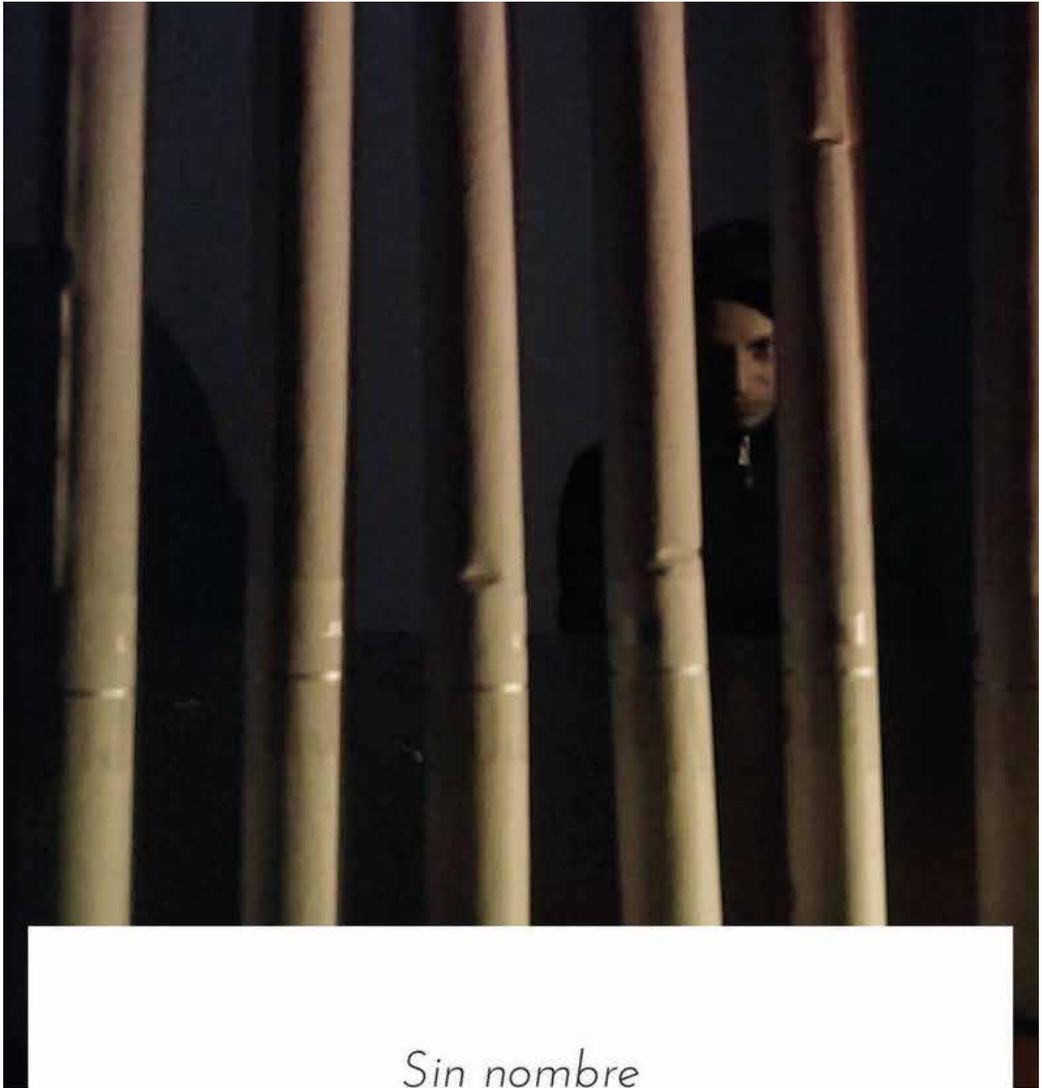
directa entre los problemas sociales y el tabaco. En esta categoría podríamos identificar un uso social del tabaco, reflejado en problemáticas mucho más colectivas, como el daño al medio ambiente.

- Categoría 4. “Abstracto”: En 9 fotografías se registra la problemática del consumo de tabaco a partir del juego de imágenes y significados; aquí se puede observar una estructura creativa a la hora de construir la imagen y los significados pueden ser múltiples.

Las fotografías se convirtieron entonces en unidades de análisis que permitieron reflejar la posición de cada estudiante frente al consumo de tabaco, y es lo que a continuación presentamos en las 33 fotografías realizadas por los estudiantes, así como un análisis de las mismas que nos permiten comprender los estados de representación y significación entregados después de participar en las campañas.



CATEGORÍA 1 “ROSTROS”



Sin nombre

CARLOS DAVID GRISALES

Institución Educativa Leningrado

FOTOGRAFÍA GANADORA
COLEGIO LENINGRADO

TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

En esta composición se pueden apreciar dos elementos clave: seis cigarrillos, posicionados estratégicamente, y la figura de una persona. Respecto a la ley de tercios, los cigarrillos mantienen un eje simétrico que se rompe con la figura humana en segundo plano, lo cual, al mismo tiempo, les da protagonismo absoluto a los cigarrillos, tanto por volumen como por el contraste de luces.

Los cigarrillos dispuestos como barrotes de una cárcel representan el aislamiento del ser respecto a su entorno social y a sí mismo, ya que finalmente la adicción al tabaco o a cualquier otra sustancia termina obstaculizando todos los ámbitos de la vida: las relaciones sociales, familiares, la salud y el bienestar, etc.

La fotografía puede utilizarse como elemento de prevención ante el consumo, para demostrar los efectos del tabaquismo, tanto en el ámbito físico como social.



Sin nombre

GERALDINE MUÑOZ

Institución Educativa Leningrado

TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CELULAR

- ¿Quieres fumar? - No, gracias, prefiero vivir.

La anterior fotografía refleja una escena de la cotidianeidad, con cuatro elementos principales: un cigarrillo encendido, dos personas y un fondo. No existe un sentido estético, sino verídico, de una situación de rechazo ante el tabaco. El hombre se encuentra en un plano secundario y en un juego de sombras respecto a la mujer, que ocupa dos tercios del espacio y está completamente iluminada.

A través de una escena como esta se puede interpretar una situación muy común, mediante la cual se verifica que fumar es un acto social, es decir, se empieza a propagar en ambientes colectivos entre amigos, parejas o, incluso, familiares, pero al mismo tiempo produce rechazo en aquellos que no gustan del tabaco, llegando a causar aislamiento y deterioro en las relaciones personales del fumador. Aunque fumar es un acto puramente individual, tiene repercusiones sociales, tanto en las relaciones interpersonales como a la hora de adquirir el hábito en sí; ambas afectan el desarrollo integral del consumidor.

La función de la fotografía en el plano pragmático es netamente social y reflexiva. Permite acercar el mensaje mediante una escena frecuente y cotidiana en la vida de los fumadores, como es el rechazo de los demás frente al humo, el olor del cigarro, etc., y cómo estos factores en últimas terminan por afectar las relaciones interpersonales.



Una bala silenciosa y moral

KAMILA GÓMEZ FLÓREZ

Institución Educativa Luis Carlos González

FOTOGRAFÍA GANADORA
COLEGIO LUIS CARLOS GONZÁLEZ

TÍTULO: UNA BALA SILENCIOSA Y MORAL

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

Esta imagen tiene como elementos principales una mujer, unas palabras escritas en la espalda, un cigarrillo y un fondo blanco. Inicialmente, lo que destaca de la fotografía es el juego de luces y sombras que le aportan dramatismo al mensaje en su conjunto.

Aquí el cuerpo se convierte en el canal de transmisión, el hecho de que la muchacha esté semidesnuda denota la vulnerabilidad a la que se puede enfrentar un fumador; al mismo tiempo, se usó este medio corporal para expresar algunas palabras relacionadas con el tabaquismo: cáncer, tóxico, muerte e impotencia sexual, entre otras. Todas ellas son consecuencias directas negativas del consumo de tabaco.

Además de estos mensajes, los colores y el lenguaje corporal de la modelo también sugieren un aislamiento propiciado por el consumo: el tabaco conduce a una vida gris y oscura, en la cual no solo se ven afectadas las relaciones sino también la salud y el bienestar físico, mediante secuelas visibles.

La función de esta fotografía es proporcionar una herramienta visual que exponga de manera clara las consecuencias físicas y, en menor medida



Diversión momentánea, daño eterno

MARÍA JOSÉ MEJÍA CRUZ

Institución Educativa Luis Carlos González

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: DIVERSIÓN MOMENTÁNEA, DAÑO ETERNO

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

Esta fotografía muestra a una persona rodeada de humo con una cinta negra en la boca, dentro de un fondo negro. La simetría está presente de tal modo que la figura de la niña es céntrica en la imagen, y al mismo tiempo la cinta negra es simétrica a su propio rostro. El humo está disperso alrededor del personaje, con un punto más focalizado en la parte inferior izquierda.

En el plano expresivo, la escena narra una situación cotidiana de desagrado frente al humo del tabaco, que se puede visibilizar en el lenguaje corporal del personaje con los brazos cruzados sobre la garganta. Asimismo, la cinta sobre la boca destaca en la composición por su textura y representa el silencio frente a una situación incómoda.

Una de las repercusiones más graves de fumar es que no solo se afecta el fumador, sino que también contamina el espacio donde lleva a cabo esta acción, incomodando a las demás personas y perjudicando su salud al inhalar el humo del tabaco. Finalmente, el fumar tiene un componente social imperante y es otra de las dimensiones que se ven afectadas con el uso excesivo del tabaco.

La función de esta fotografía es mostrar el rechazo que los demás pueden sentir en un rol de fumadores pasivos y el impacto que esto puede tener en las relaciones personales.



¿Quién consume a quién?

CARLOS ALBERTO SUÁREZ

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: ¿QUIÉN CONSUME A QUIÉN?

DISPOSITIVO: CELULAR

En esta composición fotográfica se aprecia el rostro de un joven sujetando un tabaco en un fondo con una ventana y cortinas rosadas. Todos los elementos de la escena son simétricos y proporcionados. El joven sostiene en el cigarro perpendicular a su rostro y dividiéndolo en dos partes: una masculina, con bigote y manchas en la piel, y una femenina, de aspecto más saludable y con los labios pintados. Destacan en la composición las tonalidades cálidas, el rojo de los labios y el tabaco, así como el rosado de las cortinas.

El mensaje principal en la fotografía es la dualidad. Entre la representación masculina y la femenina está el tabaco, es decir, ambos géneros pueden sufrir esta adicción y cualquier persona es susceptible de caer en ella, sin importar el género, la raza o la posición económica. Este mensaje se complementa con la locación interior, un escenario del hogar, lo cual acerca aún más la idea de que cualquier persona puede llegar a consumirlo, incluso en su propia casa.

Adicionalmente, se podría inferir otra dualidad, no solo de género, sino de salud física. Mientras que una mitad del rostro está demacrada y manchada por el consumo, la otra está resplandeciente y saludable. Muestra los efectos que el tabaco provoca en el cuerpo.

La función de esta fotografía es preventiva, visibiliza cómo el tabaco puede influir en cualquier persona y los efectos negativos en la salud que este conlleva.



Sin futuro

NATALIA AGUDELO

Institución Educativa Luis Carlos González

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: SIN FUTURO

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

“Sin futuro” enseña en primer plano contrapicado a un joven fumando un cigarrillo, en un paisaje con un cielo semi nublado y ramas de árboles sin hojas. La mitad de la composición se enfoca en el rostro del personaje, mientras que en la otra mitad priman el paisaje y los elementos naturales. Los colores tenues, en diversos tonos de café y verde, son los más presentes en la composición.

Las ramas del árbol tienen un peso simbólico en tanto que representan las arterias del joven, intoxicadas y ennegrecidas por las sustancias nocivas del tabaco. Al mismo tiempo, representa el daño medioambiental que causa el fumar.

De igual manera, el lenguaje corporal del personaje, así como la composición fotográfica, denotan individualismo y lejanía del entorno, dando a entender que fumar conduce al aislamiento de los demás.

La función de esta fotografía es mostrar las consecuencias físicas y el deterioro que se puede manifestar en el cuerpo por el consumo de tabaco, así como el aislamiento social.



Tiempo

VICTORIA SANTAMARÍA

Institución Educativa Luis Carlos González

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: TIEMPO

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

La composición “Tiempo”, incluye cinco componentes principales: dos personajes, un cigarro, un tabaco y un paisaje. Los personajes son un joven y un adulto mayor, situados en dos tercios de la foto. En un primer plano se encuentra el adulto, sujetando un tabaco. A la derecha, en un segundo plano y ligeramente desenfocado, el niño fuma un cigarro, mirándolo. El primer plano del adulto permite observar los detalles en la piel, agregando un peso simbólico a la diferencia de edad entre ambos personajes.

En el lenguaje corporal se puede apreciar que el joven está replicando la acción del adulto; en el plano interpretativo, se puede inferir que la adicción al tabaco también puede ser un comportamiento aprendido, y muchas veces desde el entorno familiar se propicia y fomenta el consumo.

Los niños en etapa de segunda infancia son vulnerables a absorber y replicar las actitudes que ven en sus mayores; además, el consumo de tabaco se normalizó tanto, que durante muchos años no hubo estigma frente al hecho, con lo cual, fumar en público no se consideró como algo negativo y los niños quedaban expuestos constantemente a sus consecuencias.

Por lo tanto, la función del mensaje es la concientización y prevención del consumo de tabaco en adultos, para así evitar réplicas en el comportamiento de los niños y reducir el consumo en las generaciones más jóvenes.



*Con el tabaco no sólo consumes tu vida,
sino también la de tu familia*

YULI VANESSA QUEBRADA

Institución Educativa Leningrado

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: CON EL TABACO NO SOLO CONSUMES
TU VIDA, SINO TAMBIÉN LA DE TU FAMILIA

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

La fotografía muestra a una señora de edad avanzada consumiendo un cigarro en un ambiente exterior y en la noche. La composición se destaca por sus colores oscuros, que reflejan las facciones del personaje y resaltan el humo del cigarro. La expresión facial de la señora, en conjunto con el ángulo contrapicado, pretende dar una sensación de altivez frente a los demás.

La simbología de la fotografía tiene su peso en la figura de la señora: comunica la gravedad del consumo, sobre todo en las personas que son referentes familiares y morales, ya que estos comportamientos se pueden replicar con más facilidad, en especial por los niños, cuando un adulto los normaliza y fomenta.

Adicionalmente, el entorno familiar no solo está expuesto al mal ejemplo de fumar, sino al humo y sustancias nocivas que conlleva el consumo, y especialmente el de cigarrillos. Por lo tanto, un acto que es aparentemente individual realmente afecta a todos los que están a su alrededor, convirtiéndose en fumadores pasivos.

La función de esta fotografía es reflejar el daño que provoca el consumo de tabaco, tanto en uno mismo como en los demás, a través del ejemplo moral y el consumo pasivo.



El tabaquismo

MAYRA TOBÓN FRANCO

Institución Educativa Luis Carlos González

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: EL TABAQUISMO

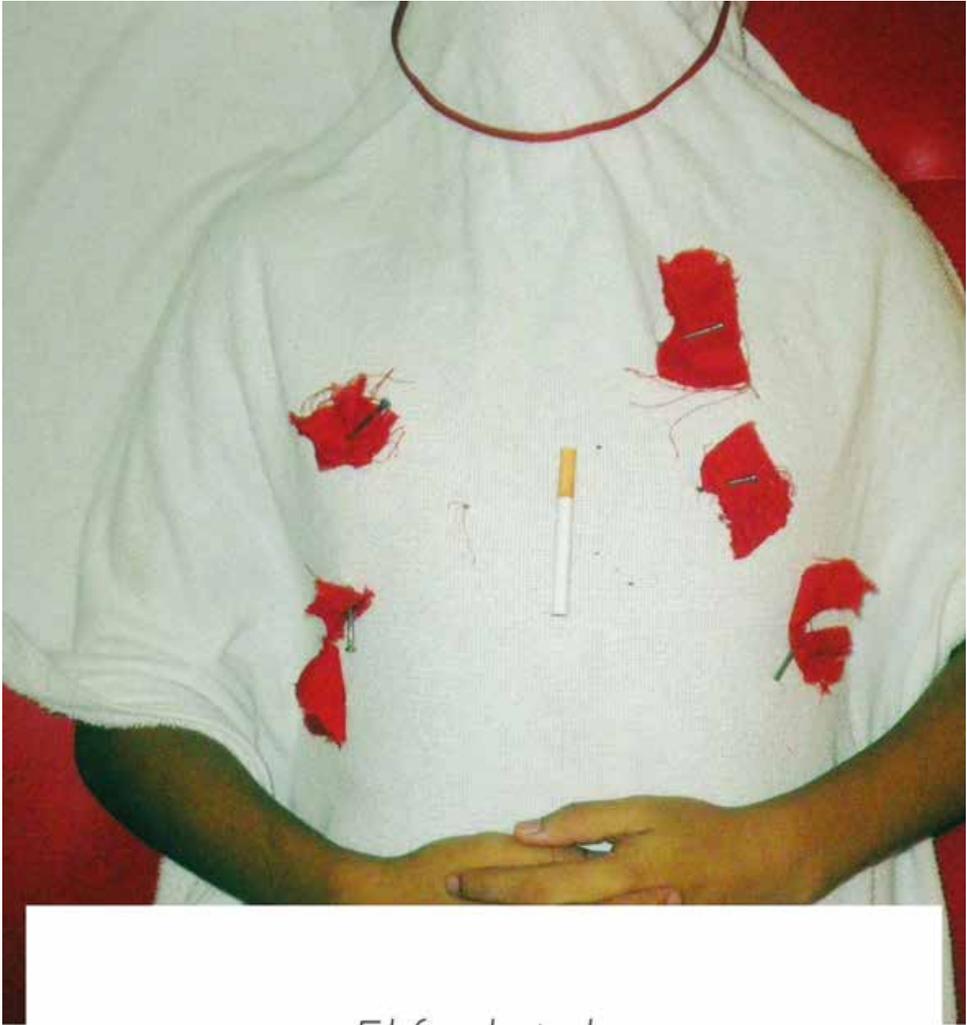
DISPOSITIVO: CELULAR

“El tabaquismo” es una composición en blanco y negro. Como elemento principal, muestra el torso y la mitad del rostro de una joven, que sostiene un cigarrillo encendido en la boca. Los labios están pintados de color oscuro.

El fondo es una pared de color claro.

La fotografía tiene un contenido metafórico de carácter sexualizado.

Tanto en la desnudez como en los elementos simbólicos (los labios oscuros, la boca entreabierta y la posición de las manos), se le da al tabaco una personificación a través de la joven. El consumo de cigarrillo puede resultar atractivo o deseable para muchos adolescentes, tanto por una cuestión de posicionamiento social como de transgresión frente a las normas impuestas. En ambos casos, el acto de fumar se puede ver como algo placentero y gratificante, estrechamente relacionado con la visión que se tiene de la sexualidad, particularmente en esa edad.



El fin de todo

DANIEL FELIPE SOCHA

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: EL FIN DE TODO

DISPOSITIVO: CELULAR

En “El fin de todo” se identifica a un joven tumbado sobre un fondo rojo, con una sábana blanca sobre su cuerpo y cinco pedazos de tela roja sobre el pecho, sujetos a la sábana con puntillas. En el centro de la sábana hay un cigarrillo apagado; este elemento aporta simetría a la composición y es el objeto céntrico de ella. El color rojo tiene protagonismo, particularmente en contraste con los objetos blancos de la escena.

Los elementos de la fotografía simbolizan la muerte violenta de un joven.

Los pedazos de tela rojos, acompañados de las puntillas clavadas, pretenden reflejar heridas de bala. Estas rodean un elemento principal, el cigarrillo, lo cual se puede interpretar como la causa indirecta de la muerte. Aunque el consumo de tabaco se puede ver como un acto insignificante o poco perjudicial, el contexto social muestra que no solo se afecta la salud del consumidor, sino que su vida y entorno también cambian y las relaciones interpersonales demandan otros intereses que, en últimas, pueden llevar al consumidor a caer en conflictos, disputas e, incluso, el consumo de otras sustancias psicoactivas.

Por este motivo, es necesaria la prevención del tabaquismo: en muchos casos, el consumo de tabaco es solo el desencadenante de otras adicciones ante la inmersión en entornos y contextos perjudiciales, tanto para salud física como para la emocional.



Eres preso de tus adicciones

MANUELA VILLEGAS NIÑO

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: ERES PRESO DE TUS ADICCIONES

DISPOSITIVO: CELULAR

El elemento principal de ‘Eres preso de tus adicciones’, es un hombre fumando un cigarro en un entorno natural. El ángulo de la composición es contrapicado, no existe simetría entre ninguno de los elementos, sino que resalta la figura del hombre en primer plano en acción de fumar, con énfasis en el humo del cigarro. Su lenguaje corporal es relajado; la foto, tanto por el gesto como por el entorno, denota cotidianidad, rutina.

Es posible desprender dos posibles interpretaciones de esta fotografía: el consumo de tabaco como hábito rutinario, y la invasión del medioambiente.

Como se mencionó en la fotografía “Tiempo”, páginas atrás, fumar es un acto que perjudica tanto al que consume como a sus allegados, bien sea por una influencia nociva o por perjudicar su salud con el humo y las sustancias tóxicas del tabaco.

Por otra parte, despierta una discusión sobre el consumo en espacios públicos y cómo este afecta tanto a las personas como a la naturaleza. Es frecuente encontrar colillas o cenizas acumuladas en parques y andenes, lo cual también afecta a niños e, incluso, a mascotas o animales silvestres. De tal manera, lo que inicialmente se ve como un simple acto de fumar, en realidad conlleva toda una serie de consecuencias perjudiciales para el consumidor y los que están a su alrededor.



CATEGORÍA 2 “JUEGOS”

TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CELULAR

La fotografía muestra un juguete infantil sosteniendo un cigarrillo, un cuaderno con apuntes y una caja de cigarrillos sobre una tela azul. Hay una variedad de colores entre los elementos, no hay una gama que destaque particularmente; la iluminación es sobria y dispersa en toda la composición.

El objeto principal que destaca es el juguete, su expresión facial es brusca e impactante y esto condiciona a todos los demás elementos, pues el juguete está rodeado por ellos. El conjunto de objetos evoca a la infantilidad y al daño cuando está presente el tabaco. La expresión facial del juguete rompe con la inocencia que simbolizan los demás objetos de la fotografía; la autora intenta representar la pérdida de la niñez y vitalidad cuando los jóvenes se adentran en el consumo de tabaco.

Asimismo, el cuaderno simboliza la dimensión académica que también se ve afectada como parte del desarrollo integral del ser cuando los individuos deciden adentrarse al mundo del tabaquismo.

La función de la fotografía es mostrar a los más jóvenes las realidades del consumo de tabaco a través de elementos familiares y cercanos para ellos, como puede ser un juguete, en los que se evidencian las consecuencias negativas de fumar.



Que tu arco iris no tenga un final gris

LADIS XIMENA OSORIO

Institución Educativa Leningrado

MENCIÓN HONORÍFICA

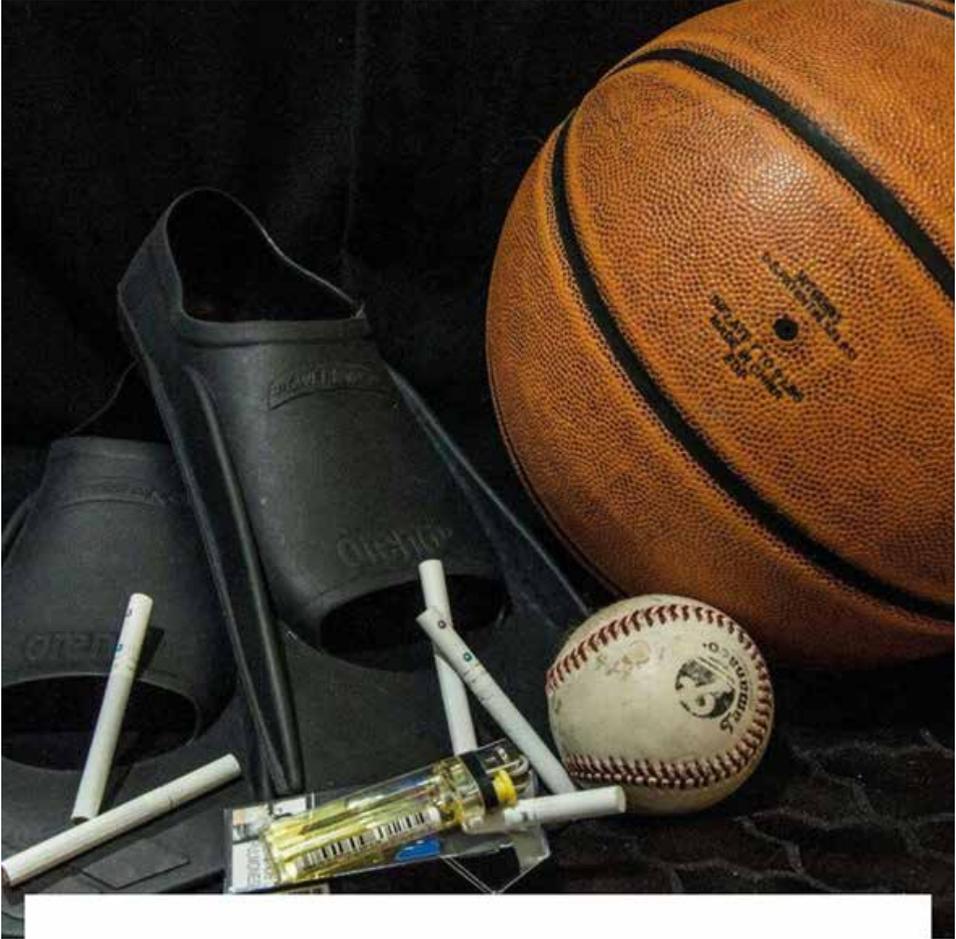
TÍTULO: QUE TU ARCO IRIS
NO TENGA UN FINAL GRIS

DISPOSITIVO: CELULAR

Esta fotografía es un dibujo de un arcoíris pintado con cinco colores diferentes (naranja, morado, azul, negro y rojo), acompañado de un cigarro consumido y cenizas, sobre un papel blanco. Hay una clara división de los elementos, tanto en color como en textura. La parte del dibujo es vivaz y colorida, ocupa un gran espacio y es completamente plana. El cigarro y las cenizas tienen colores fríos y opuestos al arcoíris; por su parte, son dimensionales y tienen texturas lisas y granuladas.

Un trazo de este tipo, por su tamaño y colores, normalmente se asocia con el dibujo de un niño. Esto contrasta con el cigarro y las cenizas, que rompen el trazo de manera abrupta. Las representaciones se pueden interpretar como una polaridad entre la vida y la enfermedad, la infancia y la adultez.

Las líneas de colores del dibujo pueden ser el camino de la vida en su plenitud, el cigarro representa un obstáculo que puede llegar a modificar la vida volviéndola gris, oscura e incompleta, tal como se presenta el cigarro en la fotografía. Adicionalmente, se podría enfocar al momento en el que un niño o adolescente empieza a consumir y abandona el camino de colores para pasar a otra etapa con graves repercusiones en su vida, tanto físicas como emocionales.



Sin nombre

LUIS FERNANDO ALDANA

Institución Educativa Leningrado

TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

En esta composición se puede evidenciar a primera vista, una temática deportiva que contrasta con los cigarrillos. Sus elementos son una pelota de baloncesto, una pelota de béisbol, dos aletas de natación y una caja de cigarrillos con un encendedor amarillo. Resaltan las diferentes formas y figuras de los objetos; por la diversidad de colores, los cigarrillos destacan frente a los demás elementos. Sin embargo, todos son de tamaño proporcionado y mantienen una relativa simetría.

En el plano interpretativo, la fotografía pretende mostrar el contraste entre una vida enfocada en el deporte y la salud, y los efectos negativos que el cigarrillo puede tener a la hora de realizar estas actividades. Las dos pelotas se ven sucias y ennegrecidas, lo que puede simbolizar el humo del tabaco y sus consecuencias sobre el cuerpo. Visualmente, los objetos deportivos dominan la fotografía y se encuentran en una posición superior a la cajetilla y los cigarrillos, mientras que estos últimos intentan tomar el espacio. Esta escena se puede interpretar como una “batalla” entre el bien y el mal, en la cual el mal (los cigarrillos) intentan sobreponerse ante el bien.

Este tipo de dilema es al que podría enfrentarse un joven en determinados ámbitos sociales, por lo tanto, esta fotografía pretende prevenir y alertar ante este tipo de situación, poniendo en contraste y acercando elementos conocidos para los adolescentes.



La carga del tabaco

EDWIN BONILLA RESTREPO

Institución Educativa Leningrado

MENCIÓN HONORÍFICA

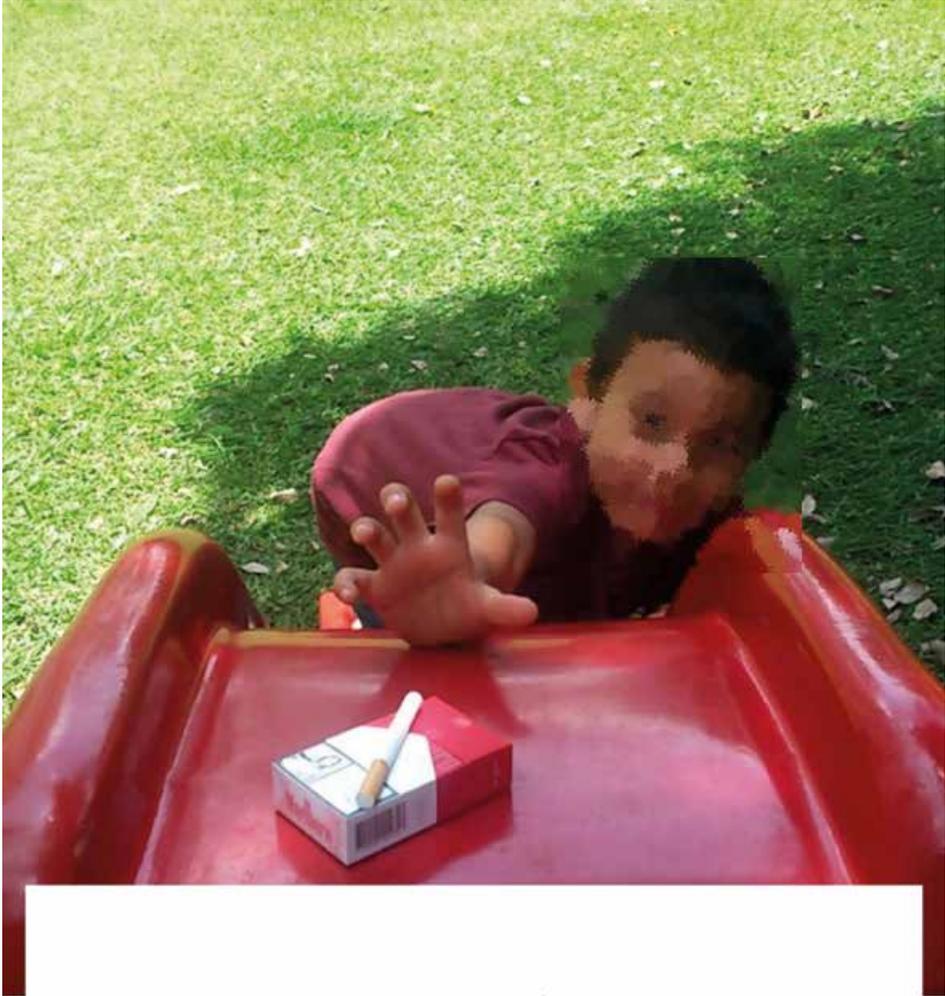
TÍTULO: LA CARGA DEL TABACO

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

La fotografía está compuesta por cuatro elementos principales: un camión, unos cigarrillos, un encendedor y un fondo negro. En el plano se identifican claramente estos elementos a través de la ley de tercios, dándole prioridad al camión y a los cigarrillos. Hay una disonancia de colores entre los elementos: el camión muestra tonalidades opacas, casi desgastadas, que contrastan con el blanco de los cigarrillos y el amarillo vibrante del encendedor.

Este juego de luces, junto con la posición del camión, aporta movimiento que permite al espectador entender la caída de los cigarrillos. El camión de juguete se puede interpretar como un elemento representativo de la infancia y de la juventud. Los cigarrillos amontonados dentro del camión son una metáfora de cómo estos pueden destruir el cuerpo que habitan con un consumo prolongado; mientras los cigarrillos se muestran blancos e impolutos, el vehículo está consumido y deteriorado por guardarlos en su interior.

La disposición de ambos elementos en la escena crea una sensación dinámica de contrariedad, toman direcciones visuales diferentes que simbolizan la imposibilidad de mezclar la salud y la vida con el tabaco. La intención de esta composición es, principalmente, la prevención del tabaquismo, mostrando sus efectos nocivos a través de un elemento cotidiano y familiar para un niño como lo es un camión de juguete, y la jovialidad que este puede expresar, pero que finalmente queda como una pieza marginal consumida por el tabaco.



No es juego de niños

JUAN ESTEBAN RODRÍGUEZ

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: NO ES JUEGO DE NIÑOS

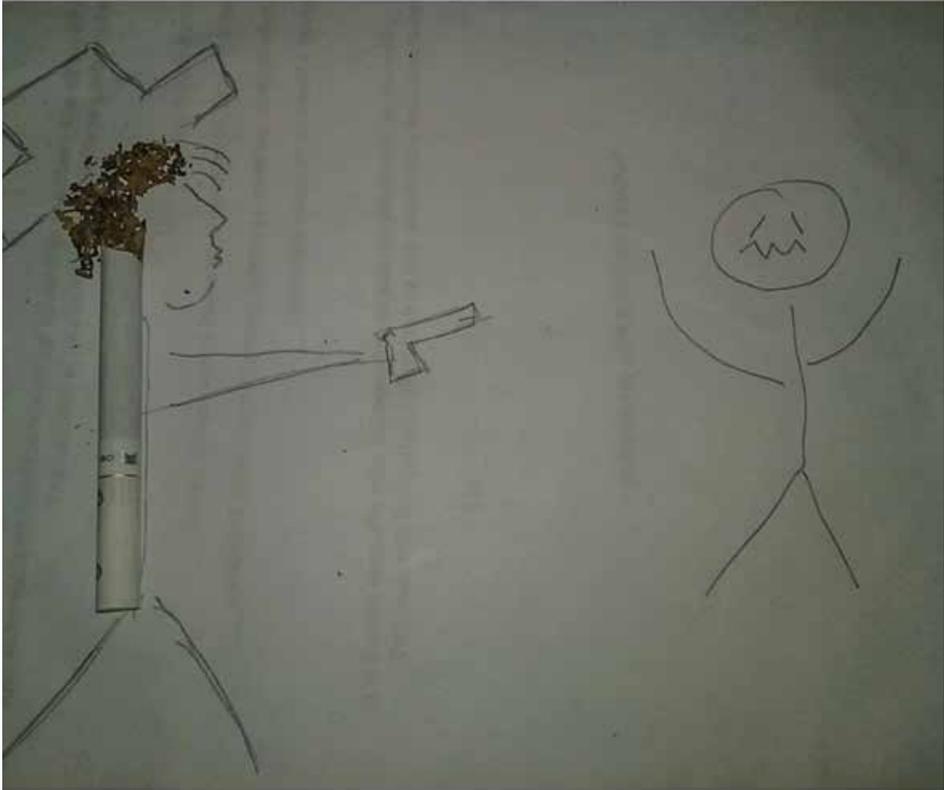
DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

Esta escena titulada “No es juego de niños”, tiene como protagonista a un niño, presumiblemente en el parque, con fondo verde, apoyado en un deslizador para alcanzar una caja de cigarrillos. Hay una simetría entre los elementos delimitada por la ley de tercios, los tamaños concuerdan y existe un juego de sombras en el fondo.

En el plano expresivo, destaca la cajetilla de cigarrillos que está colocada de manera estratégica en dirección al niño, ubicándolo en una posición desde la que puede fácilmente acceder a ella. Además, este elemento está en un deslizador, un objeto que siempre ha estado asociado con los niños y la recreación. Las sombras también juegan un papel importante en la composición de la fotografía; mientras que en la esquina superior izquierda el paisaje es luminoso, cuando se acerca al tabaco se oscurece con la sombra de un árbol.

El hecho de que la cajetilla esté en un lugar público vuelve a fomentar el debate sobre el consumo en los lugares públicos y el acceso a los cigarrillos que tienen los niños y jóvenes, debido a la aceptación del cigarrillo como “droga legal”.

Por eso, la función de esta fotografía es sensibilizar a la población ante la vulnerabilidad de los niños frente al consumo de tabaco, y revisar comportamientos negativos en el consumo público.



El vaquero del Marlboro

KAREN MONTOYA GÓMEZ

Institución Educativa Leningrado

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: EL VAQUERO DEL MARLBORO

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

“El vaquero de Marlboro” cuenta con tres elementos principales: un fondo blanco de papel, dos dibujos hechos a lápiz y un cigarrillo con residuos de tabaco. Los colores de la composición son monocromáticos, desde el blanco hasta el gris, con la excepción del residuo de tabaco de colores oscuros. La autora juega con las texturas lisas del dibujo sobre el papel y le aporta dimensión con la redondez del cigarro y el granulado del mismo, lo que consigue generar atención visual sobre estos elementos. Se evidencia una escena típica de una película del oeste, a juzgar por el título de la foto y por los elementos dibujados, como el sombrero y la pistola.

Los personajes se muestran polarizados en el bueno y el malo; en este caso, el cuerpo del malo que apunta con una pistola está formado por un cigarrillo que simula la parte superior de su cuerpo, culminando en la cabeza con el residuo de tabaco. La intención es mostrar que el consumo de tabaco domina la vida desde el ámbito físico hasta el psicológico: en el plano físico, se genera una dependencia que afecta a todo el sistema biológico y se propaga a todos los órganos, afectándolos seriamente; en el plano psicológico, los comportamientos también se ven alterados y los consumidores pueden manifestar irascibilidad, ansiedad, etc.

Asimismo, esta foto comunica que consumir no es solamente un daño para el individuo que lo realiza, sino también para los demás, que pueden llegar a verse amenazados por sus comportamientos o maneras de actuar frente al tabaco. Finalmente, la función de la composición es sensibilizar a los adolescentes frente al daño que el tabaco puede causar en su cuerpo y sobre los demás, así como la percepción negativa que genera en un entorno social sobre los fumadores.



Sin nombre

CRISTIAN DAVID RÍOS

Institución Educativa Leningrado

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CELULAR

La fotografía ‘Sin nombre’, se compone de tres elementos: un conjunto de lápices de colores, un cigarrillo apagado y una mano sosteniéndolos. Las figuras cilíndricas destacan en la composición, así como la variedad de colores de los lápices, aunque la fotografía mantiene una saturación baja que opaca las tonalidades.

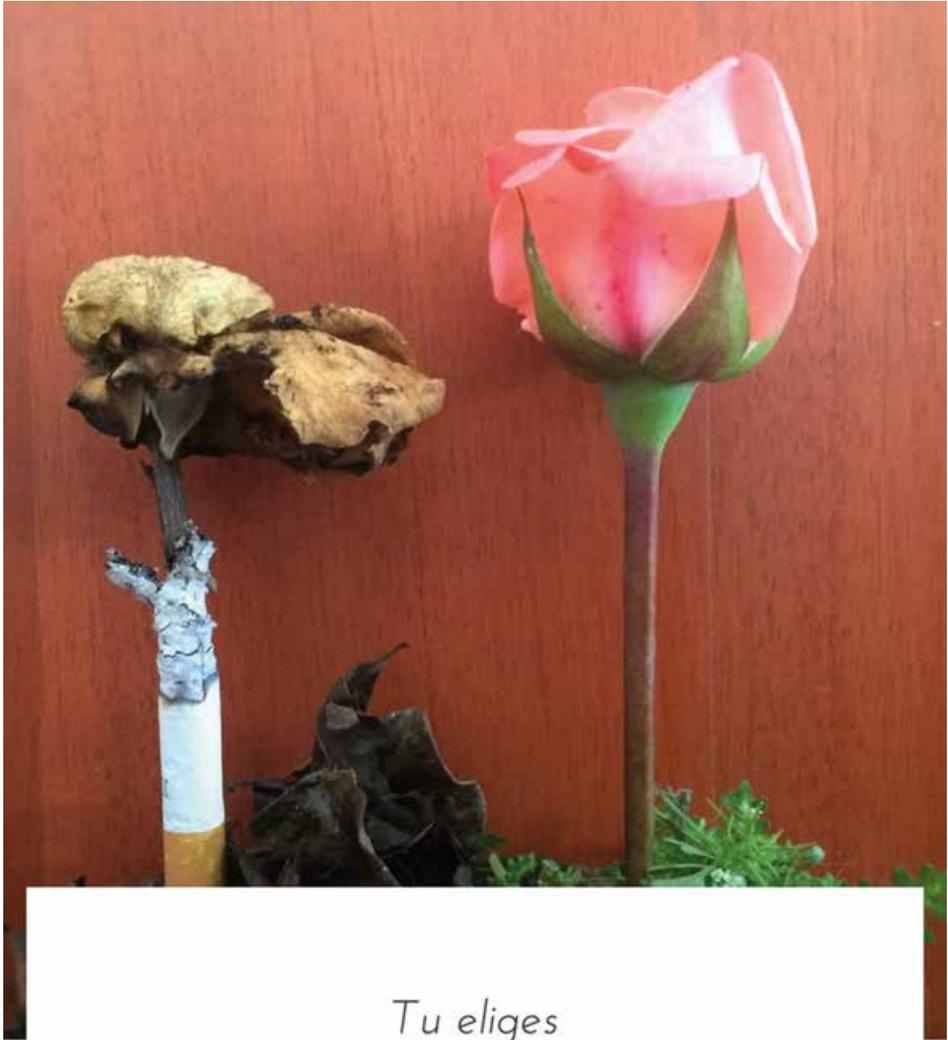
Los lápices de colores evocan a la niñez. Estos, mezclados con el cigarrillo, simbolizan la accesibilidad que ellos pueden tener a esta sustancia, tan fácilmente como a un lápiz de color. Asimismo, se podría relacionar con el ambiente escolar, en el cual los jóvenes también son vulnerables a este tipo de estímulos y acercamientos por parte de otros estudiantes y en el que, finalmente, un lugar diseñado para el aprendizaje se convierte en un medio de propagación del consumo de sustancias psicoactivas.

La función de la fotografía es prevenir e informar sobre los espacios de iniciación en el consumo, y las amenazas que los niños y adolescentes pueden encontrar en lugares comunes y cotidianos de sus vidas.



CATEGORÍA 3

“MEDIO AMBIENTE”



Tu eliges

MATEO MORENO GÓMEZ

Institución Educativa Liceo Taller San Miguel

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: TÚ ELIGES

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

Esta fotografía, perteneciente a la serie de medio ambiente, está compuesta por una flor y un arbusto seco, una rosa, un cigarro y un fondo rojo.

Existe una simetría en la foto, sin embargo, se evidencia un predominio de la rosa sobre la flor seca en los colores, que son en su mayoría cálidos, como en la pared y en los pétalos de la rosa. En la flor seca predominan las texturas rugosas, tanto en las hojas como en el “tallo” de cigarro medio consumido.

Estos efectos consiguen un simbolismo entre el bien y el mal, este último representado a través del consumo de tabaco y sus efectos nocivos para la salud, en este caso, mediante la flor marchita. Además de la repercusión en las personas, también refleja cómo el humo, las colillas, etc., pueden afectar al medioambiente.



¡¿Qué rayos haces con eso?!

DANIEL LENIS GUTIÉRREZ

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: ¿QUÉ RAYOS HACES CON ESO?!

DISPOSITIVO: CELULAR

Esta composición tiene tres elementos clave: una planta marchita, césped y el fondo difuminado a negro. La posición de la planta es cercana al espectador, en una posición lateral, para poder apreciar la escala de grises del fondo.

La falta de vitalidad es una representación de lo que puede ocasionar el consumo de tabaco en el cuerpo; el envejecimiento, la degradación en los pulmones o las enfermedades cardiovasculares son padecimientos que reducen la calidad de vida. Mediante el estado marchito de la flor, el fotógrafo hace una analogía de cómo el tabaco impacta en el bienestar físico y emocional; y no solo eso, sino que el consumo prolongado degenera el cuerpo a lo largo de la vida, al pasar progresivamente de lo gris hasta la oscuridad, que representa la enfermedad, o incluso la muerte.

La función de esta fotografía es mostrar, a través de un elemento natural, vivo y cotidiano, las repercusiones que tiene fumar en el organismo, para que este hábito no sea entendido como algo abstracto sino como un peligro real que afecta todas las dimensiones del ser vivo.



No es sólo un papel

VALERIA PRADO VALENCIA

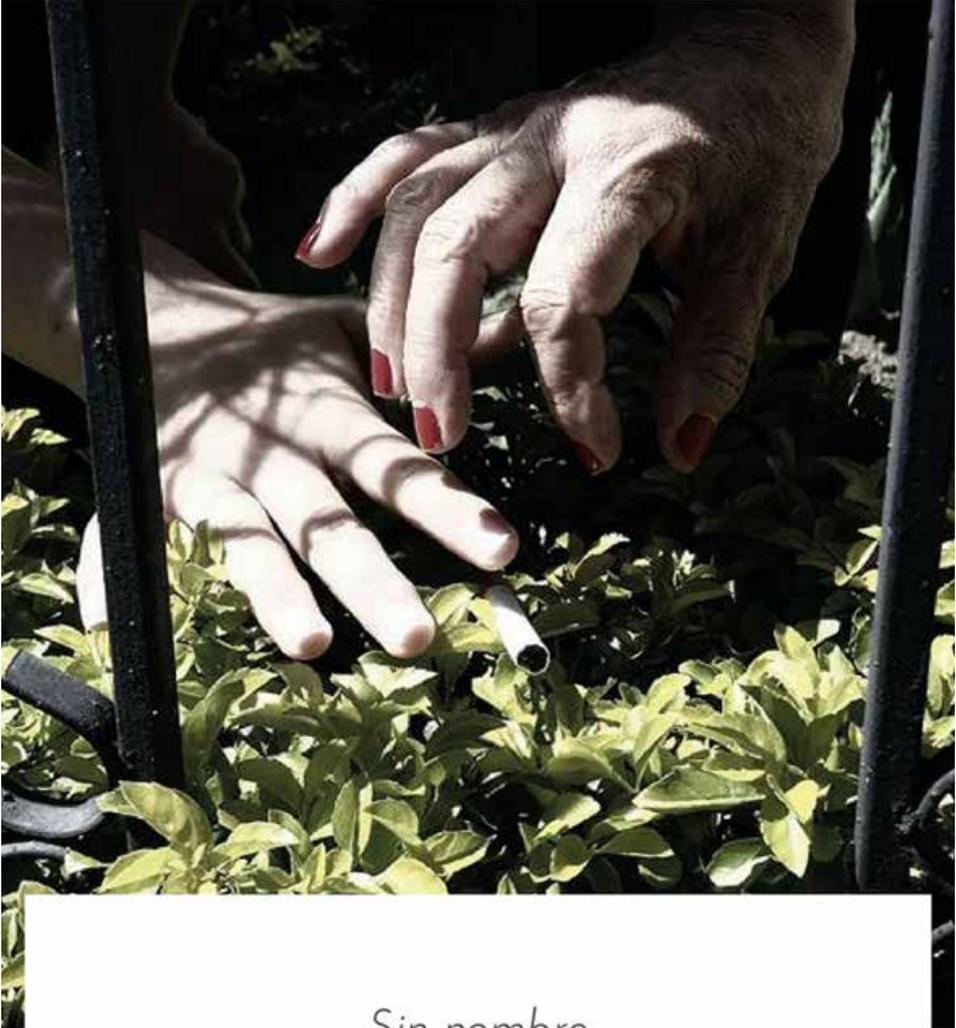
Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: NO ES SOLO UN PAPEL
DISPOSITIVO: CELULAR

“No es solo un papel” muestra una escena en un hogar en el que hay un perro en el suelo, un personaje sujetando un cigarrillo hecho con papel de fumar y un fondo con rejas. Existe cierta simetría entre los elementos estructurales (las rejas y los tablones del suelo), pero el perro y el cigarrillo rompen con ella. Se destaca el primer plano de la mano con el cigarrillo, ya que el fondo está desenfocado.

Se evidencia que la autora recrea un ambiente familiar con la inclusión de la mascota en la fotografía, sin embargo, la posición de esta puede ser una representación del daño que el tabaco causa en los seres, tanto en el humano como en los que conviven con él, como es el caso del perro, ya que a menudo los fumadores no tienen en cuenta que las mascotas también sufren con el humo y se convierten en fumadores pasivos.

El título de la foto alude al papel con el que elaboraron el cigarrillo; los adolescentes tienden a pensar que este material resulta menos dañino que el que ya venden en serie, sin embargo, es un error porque resulta igual de perjudicial.



Sin nombre

MARÍA ISABELLA CORDERO

Institución Educativa Luis Carlos González

MENCIÓN HONORÍFICA

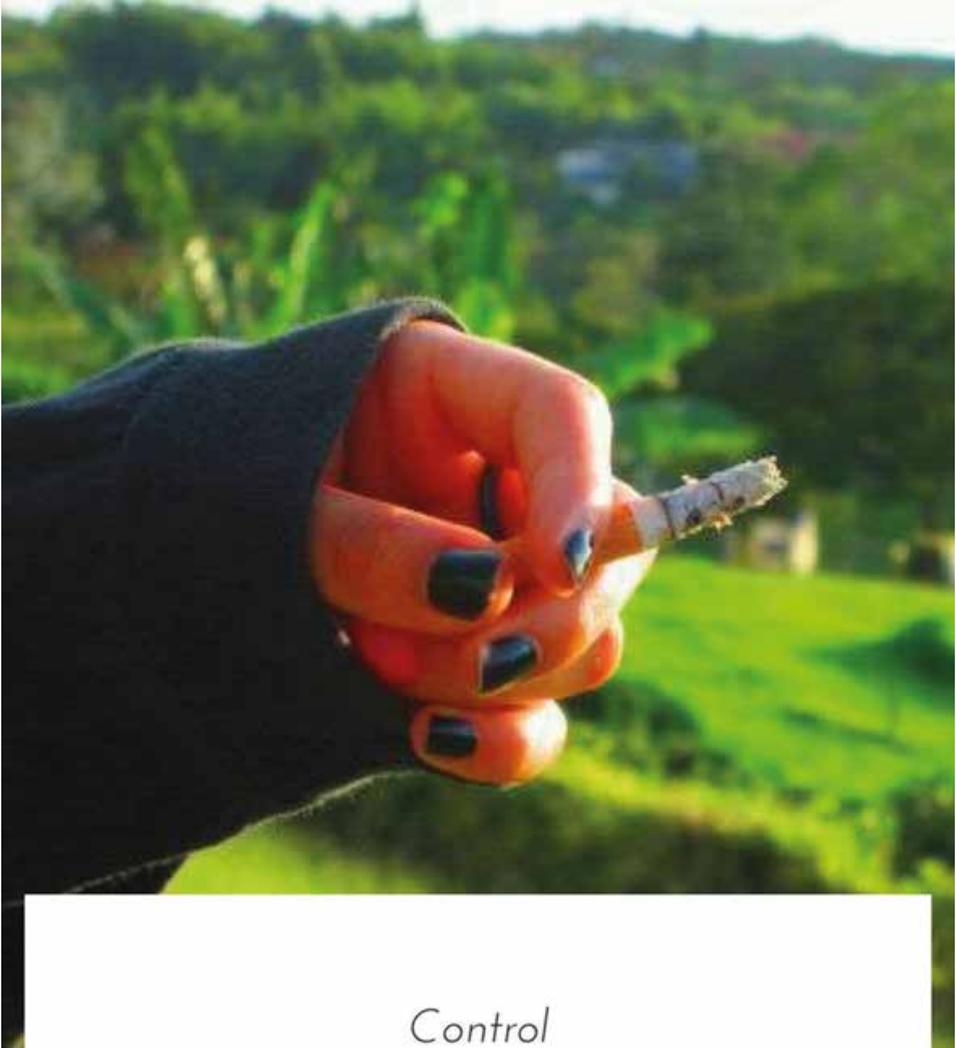
TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CÁMARA SEMI-PROFESIONAL

La fotografía tiene cinco elementos clave: dos manos, un cigarrillo, un arbusto y unas rejas de jardín. Todos los componentes tienen proporciones adecuadas y simétricas respecto a la ley de tercios. El foco de atención es sobre las manos y el cigarrillo, tanto por el color como por el espacio.

Las manos pertenecen a un niño/a y a una mujer adulta, respectivamente. Ambos se observan en la acción de recoger un cigarrillo del arbusto, lo cual evidencia el contraste en la edad de cada uno. Por la posición de las manos, la mujer denota familiaridad a la hora de coger el cigarrillo, por lo tanto, se infiere que podría ser fumadora o estar expuesta al tabaco frecuentemente. Por el contrario, el gesto del niño es de curiosidad ante el objeto.

El hecho de que hayan encontrado el cigarrillo en un lugar público, es una forma de representar la facilidad que existe de acceso al tabaco, sin importar la edad u otras condiciones socioculturales. La legalidad frente al consumo de cigarrillos permite que este se permee en todo tipo de espacios públicos, inclusive influenciando a niños de manera subconsciente, llevándolos así a normalizar y perpetuar el consumo.



Control

JUAN MANUEL VELÁSQUEZ

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: CONTROL

DISPOSITIVO: CELULAR

“Control” está compuesta por seis objetos: un cigarrillo encendido, una mano de mujer sosteniéndolo con las uñas pintadas de negro, un anillo en el dedo corazón, un suéter y un paisaje de fondo. Todos los elementos son de tamaño proporcionado. Los colores generan contraste entre los objetos, la oscuridad del suéter y las uñas se destacan en el paisaje verde brillante.

Se manifiesta un contraste entre el bien y el mal a través de los objetos en la composición; la vida y la esperanza se representan a través del paisaje y la naturaleza, mientras que los elementos nocivos están presentes con los colores más oscuros.

La fotografía expresa que el consumo de tabaco oscurece al consumidor y a su entorno, incluyendo el medio ambiente. Mientras que la naturaleza es una fuente de vida, el tabaco es un elemento que puede causar serios problemas de salud y puede causar la muerte. Como objeto simbólico, el anillo en el dedo del corazón representa la conexión entre el cigarro y el sistema central del ser humano.



Una simple adicción puede llegar a dejarnos sin nada

HAROLD BUSTAMANTE

Institución Educativa Leningrado

TÍTULO: UNA SIMPLE ADICCIÓN
PUEDE LLEGAR A DEJARNOS SIN NADA

DISPOSITIVO: CELULAR

“Una simple adicción puede llegar a dejarnos sin nada”, muestra la fachada de un edificio con diversos objetos abandonados como mobiliario, ropa, etc. La fotografía contiene un alto y llamativo número de colores, donde predominan el verde y el café. Los elementos si bien no son simétricos, la cantidad que se puede apreciar hace que la imagen se vea saturada y la simetría juegue a favor de la intención del autor.

Se puede evidenciar por el título de la fotografía, el alto impacto que puede llegar a generar el consumo en la vida de las personas. También se aprecia un contenido alto de abandono, tanto familiar como personal. Así, se construye una metáfora sobre lo que puede pasar con la vida de los consumidores. Es un contexto de ciudad y es, sin duda, un lugar que enmarca la problemática en grandes proporciones.

A través de esta fotografía se puede comunicar que el consumo de tabaco puede dejar a las personas sin proyectos ni apoyo en su entorno social. El hogar como base fundamental de la vida, puede darle la espalda a la persona y dejar vacíos que perjudican su salud física y emocional.



CATEGORÍA 4 “ABSTRACTO”



Daño irreversible

ANDRÉS MORALES CHICA

Institución Educativa Liceo Taller San Miguel

GANADOR COLEGIO
LICEO TALLER SAN MIGUEL

TÍTULO: DAÑO IRREVERSIBLE
DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

“Daño irreversible” muestra una mano de hombre sosteniendo un cigarrillo encendido, con un alambre de púas alrededor de su mano, sobre un fondo blanco. La sencillez de la composición y el contraste de color hace que toda la atención se concentre en los tres elementos.

El alambre de púas simboliza al fumador atrapado en su adicción y que, una vez creado el hábito, salir de él resulta tan difícil como intentar romper ese alambre. Asimismo, este objeto se convierte en una barrera para los demás, que evita el contacto y el acercamiento de los seres queridos por miedo a hacerse daño, lo cual representa el aislamiento que en muchas ocasiones sufren los fumadores por parte de familia y amigos, debido al estigma y las consecuencias perjudiciales del tabaco, no solo para el fumador, sino también para quienes comparten con él.

La fotografía permite, además, ver representado el dolor físico que puede conllevar el fumar durante largos periodos de tiempo. Por lo tanto, su función principal es prevenir y mostrar las dificultades, tanto a nivel psicológico como físico, que surgen con el consumo de tabaco.



Sin nombre

ANDRÉS FELIPE QUEBRADA

Institución Educativa Leningrado

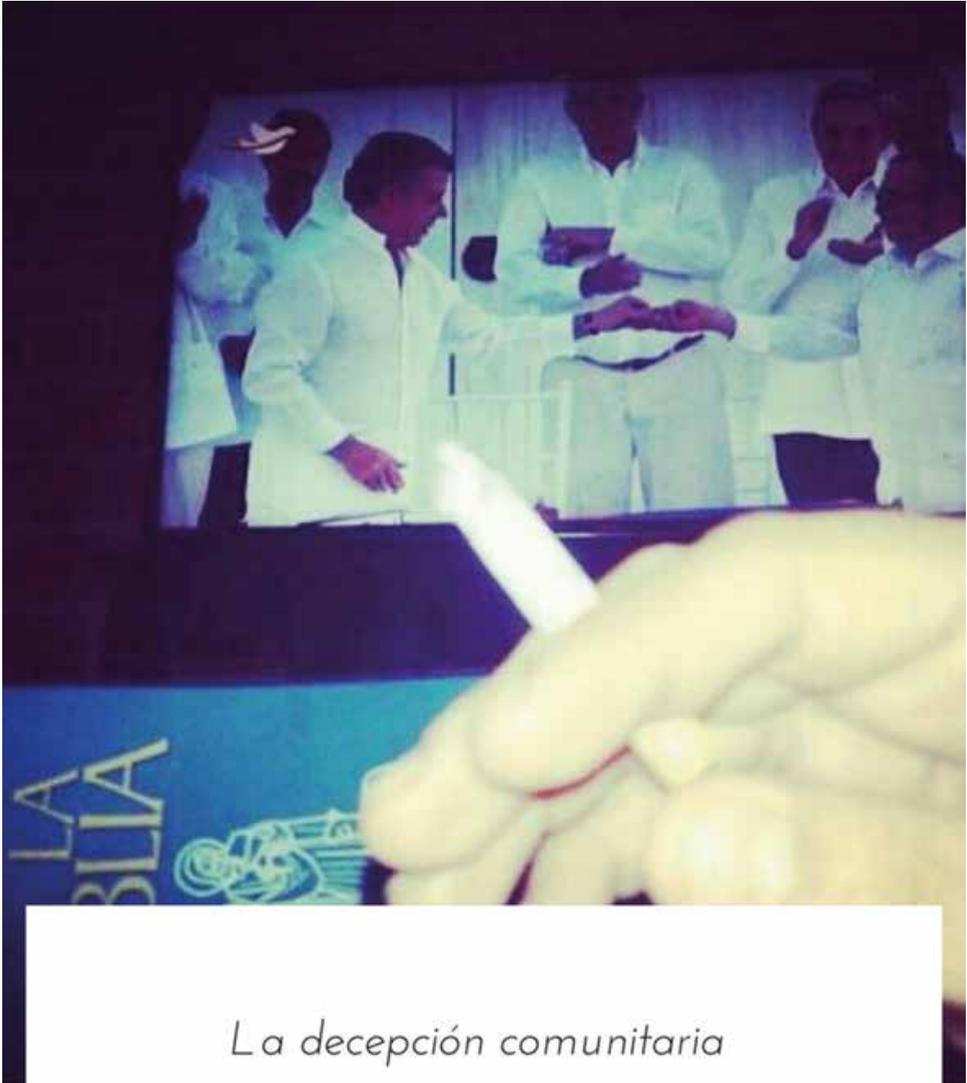
TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CELULAR

Tres elementos conforman esta fotografía: un cigarrillo consumiéndose, un encendedor con la llama y una mano accionándolo. La composición se destaca por el juego de luces y sombras, toda la escena está en oscuridad excepto por la iluminación que aporta la llama del encendedor. Esto a su vez permite que las figuras del cigarrillo y de la mano destaquen por sus formas y texturas.

El espacio oscuro puede entenderse como la representación de una vida dominada por el consumo de tabaco, en la cual la única luz o motivación llega al momento de encender un cigarrillo. Es común entre los adolescentes recurrir al consumo de sustancias en situaciones de estrés, trauma o ansiedad, ya que por inexperiencia o inmadurez no tienen las herramientas necesarias para canalizar las emociones de manera productiva y positiva. Como resultado de esto, el tabaco se convierte en una vía de escape que opaca todas las otras dimensiones vitales.

Por este motivo, es necesario concientizar y acompañar a los jóvenes, no solo para la prevención del consumo de tabaco, sino para entender cuáles son las causas iniciales del consumo antes de llegar a la adicción, y cómo se pueden tratar para evitar que los adolescentes busquen otros métodos de escape en sustancias psicoactivas.



La decepción comunitaria

MARÍA JOSÉ ARIAS

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: LA DECEPCIÓN COMUNITARIA

DISPOSITIVO: CELULAR

“La decepción comunitaria” muestra una mano sosteniendo un cigarrillo encendido, una biblia y una pantalla de televisión retransmitiendo la firma del acuerdo de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, en septiembre de 2016.

La fotografía intenta apelar a la moralidad mediante dos escenarios representativos: la imagen en la televisión y la Biblia. El acuerdo de paz es un hecho histórico que permitió generar sentimientos de esperanza y fe en la población. La Biblia, por su parte, históricamente se relaciona con estas mismas sensaciones. Por lo tanto, estos dos elementos tienen un alto poder simbólico dentro de la composición, que se rompe con el elemento antítesis: el cigarrillo. Mientras que en un lado están los valores positivos, al otro lado aparece el cigarrillo que representa la insalubridad, la perdición, e incluso la muerte.

Igualmente, se puede entender como un llamado por parte de las grandes instituciones líderes para apoyar y acompañar a los jóvenes en sus procesos de prevención y/o desintoxicación del tabaco.



Photobomb

DAVID ESTEBAN RODRÍGUEZ

Institución Educativa Leningrado

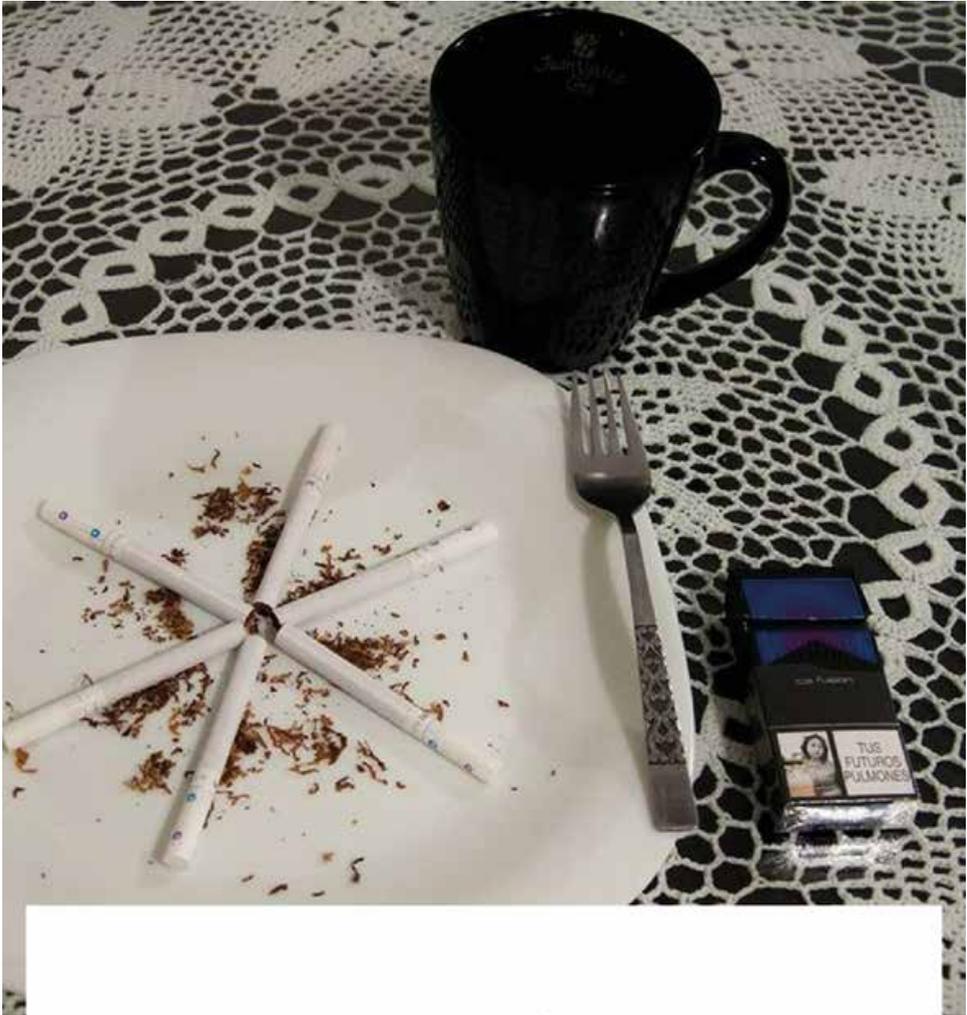
TÍTULO: PHOTOBOMB

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

‘Photobomb’ contiene nueve objetos: seis cigarrillos con la marca “TNT”, una mecha, un encendedor y un fondo negro. Visualmente, los cigarrillos y el encendedor tienen un protagonismo resaltado por el fondo negro y por la posición estratégica de los elementos. Aunque la mecha no está prendida, el encendedor está dispuesto de tal manera que se puede entender como una acción cercana.

La imagen genera un mensaje de advertencia frente al tabaco, en el que los cigarrillos se representan como una bomba que se activa al momento de encenderlos. Activar la bomba y consumir tabaco pueden tener la misma consecuencia: la muerte. Asimismo, tanto encender la bomba como encender un cigarrillo son actos voluntarios y conscientes que se pueden evitar, pero si se llevan a cabo pueden ser destructivos para el ser humano.

La función de la fotografía es puramente preventiva a través del impacto. Las bombas son objetos temidos por la población por su capacidad destructiva, y a través de esta analogía se puede conseguir que el posible consumidor logre dimensionar el daño que se puede hacer fumando.



Sin nombre

VICTOR RAMÍREZ AGUDELO

Institución Educativa Leningrado

TÍTULO: SIN NOMBRE

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

Esta composición muestra un comedor con un mantel, una taza, un plato, un tenedor, unos cigarrillos con residuos y una cajetilla. La fotografía se destaca por las figuras geométricas en el estampado del mantel y la disposición de los cigarrillos sobre el plato, que atraen la atención del espectador. Destacan los colores negro, gris y blanco de todos los objetos, lo que permite destacar el color marrón del residuo de cigarrillo sobre el plato. Los elementos más simétricos son el mantel en el fondo y la figura de los seis cigarrillos sobre el plato. Todas las proporciones de los objetos son adecuadas.

Se representa una escena cotidiana en un comedor, en la que en lugar de comida hay cigarrillos. Esto da a entender que al fumar los residuos tóxicos entran y permanecen en el cuerpo del consumidor, igual que la comida que se ingiere diariamente. De igual manera, se establece una comparación entre la comida y el fumar: muchos consumidores dejan a un lado una dieta balanceada y un bienestar a cambio de fumar varias veces en el día, de manera excesiva.

La fotografía puede funcionar como elemento preventivo para evidenciar la inmediatez de los daños que puede provocar el fumar, pues el humo y las demás sustancias tóxicas se ingieren y digieren con tanta rapidez como los alimentos.



El cigarrillo te da cáncer, no personalidad

VALENTINA CORREA

Institución Educativa Leningrado

TÍTULO: EL CIGARRILLO TE DA CÁNCER, NO PERSONALIDAD

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

La fotografía expone una caja negra con tres cigarrillos apagados y un encendedor amarillo, colocados sobre el teclado de un computador negro. En la pantalla aparece una imagen con el logo del antivirus Avast y una frase: “Se ha detectado una amenaza”. La mayor parte de la composición se destaca por los colores oscuros, por lo tanto, el fondo blanco de la pantalla, los colores del logo y los cigarrillos sobresalen sobre los otros elementos. Las texturas son en su mayoría suaves y lisas, y las proporciones se mantienen equilibradas.

Se indica que el planteamiento de un computador refleja el cuerpo humano, en donde al momento de consumir cigarrillo, el organismo da una alerta de antivirus, representado por el elemento de la imagen del antivirus Avast, el cual accedería a una vida sana si decide expulsar el consumo de cigarrillo. El fondo, el computador y la caja de cigarrillos de color negro, expresan un mensaje psicológico que busca demostrar los efectos del consumo de tabaco en el organismo de las personas, los cuales se pueden evitar si este se detiene a tiempo. La foto expresa que el consumo de tabaco oscurece y amenaza ciertos aspectos de la vida de los individuos. Aunque los cigarrillos sobre el computador no están encendidos, el sistema del computador detecta una amenaza, sugiriendo que si se encienden pueden llegar a dañar por completo su sistema operativo, como en los computadores.



*Que una curiosidad no te haga sentir
necesidad*

LAURA JULIANA VELÁSQUEZ

Institución Educativa Luis Carlos González

TÍTULO: QUE UNA CURIOSIDAD NO TE HAGA SENTIR NECESIDAD

DISPOSITIVO: CELULAR

En “Que una curiosidad no te haga sentir necesidad” se aprecian tres elementos principales: una mano de mujer, un cigarrillo encendido y un paisaje natural. En primer plano destaca la mano con el cigarro, mientras que las hojas del árbol quedan en segundo plano. Predomina una escala de grises en toda la fotografía, resaltada por ciertos elementos con tonalidades más oscuras, como las ramas del árbol o la punta del cigarrillo. Las texturas contrastan totalmente: la mano y el cigarrillo son suaves, mientras que las hojas aportan un efecto visual más áspero y disperso.

Los colores grises aportan la mayor intencionalidad a esta fotografía. Pretende representar la vida “sin vida” de los fumadores, consumida por el gris del humo del cigarrillo. Las hojas del árbol representan la vida, la naturaleza, la jovialidad y lo saludable, mientras que el cigarrillo representa el poder destructivo del consumo de tabaco, opacando todo a su alrededor. Además, se reivindica el efecto nocivo que tiene el tabaco en el medio ambiente.

La función de esta fotografía es comunicar el peligro del consumo, tanto para el consumidor como para su círculo social y para el medio ambiente.



Que este no sea tu camino

JUANITA MORENO GÓMEZ

Institución Educativa Liceo Taller San Miguel

MENCIÓN HONORÍFICA

TÍTULO: QUE ESTE NO SEA TU CAMINO

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

“Que este no sea tu camino” descubre una secuencia de cigarrillos, sujetos por una joven, adentrándose en un túnel en el que no se ve la salida. La repetición de los cigarrillos hace que estos tengan gran peso visual en la composición. Las formas redondeadas son las únicas que se encuentran en la escena. No hay simetría entre los elementos (cigarrillos-túnel), pero mantienen proporciones reales.

En el plano simbólico, la fotografía pretende mostrar la progresión que se da al consumir tabaco: cuanto más se consume, más se adentra en el túnel. Este funciona como elemento “aislante” del consumidor con su dimensión social, pero también tiene repercusiones a nivel fisiológico, encerrando a la persona en un espacio sin oxígeno y sin contacto exterior, lo cual se puede relacionar con el desgaste físico que produce el consumo de tabaco, particularmente el deterioro de los pulmones.

La función de la fotografía es prevenir el consumo de tabaco mostrando los efectos que este puede tener a nivel psicosocial y físico.



El tabaco, la vida y sus adicciones

EVA JULIANA GÓMEZ

Institución Educativa Leningrado

TÍTULO: EL TABACO, LA VIDA Y SUS ADICCIONES

DISPOSITIVO: CÁMARA PROFESIONAL

Esta composición enseña como elemento principal, una vaca de peluche con un cigarrillo en el hocico y monedas en la barriga; a su lado hay una cajetilla con cigarrillos y un encendedor. El color negro destaca en la composición, así como el plateado/gris de las monedas y la tela del peluche.

Se observa que el peluche cumple la función de alcancía. Junto con los demás elementos, la representación simbólica alude a que la alcancía fue abierta para comprar cigarrillos. Esta fotografía pretende mostrar otra de las repercusiones que tiene el consumo de tabaco: los altos precios de este producto pueden desequilibrar la economía personal o familiar, y la ansiedad por consumir puede llevar a buscar dinero de formas poco ortodoxas.

También, el peluche aporta una dimensión infantil a la fotografía en la que se puede interpretar este objeto como un recurso de los más jóvenes para poder financiar su consumo; es un posible llamado a los padres para que permanezcan pendientes de las compras y del manejo del dinero de sus hijos.

8 RESULTADOS

A través de la historia, la publicidad ha generado grandes cambios en la sociedad relacionados con la transformación de hábitos, consumo o concientización de las personas sobre determinados temas, de acuerdo con la intención que lleve el mensaje. Además, las campañas publicitarias generan grandes beneficios económicos y de imagen a determinadas marcas, que se apropian del contexto y realizan el trabajo pensando en los consumidores hacia quienes va dirigida, logrando sus objetivos a través de técnicas publicitarias específicas e intencionadas.

De acuerdo con las ideas anteriores, la presente investigación identificó la necesidad de implementar estrategias de comunicación con los adolescentes, que involucren tecnología y aplicaciones móviles para concebir una forma publicitaria sobre un bien social, en este caso, mostrar los riesgos a los que están expuesto el fumador y su entorno social y familiar.

Los resultados del trabajo investigativo señalan que es fundamental diseñar un programa de prevención que contenga unos enfoques específicos, que sea educativo e interactivo, que contenga una información clara para interactuar con la comunidad y que, de alguna forma, también genere una reflexión indirecta en los consumidores de tabaco.

Según las composiciones fotográficas que realizaron los estudiantes que participaron en este proyecto, el consumo de tabaco es un vicio o un hábito no bien visto por la sociedad, ya que muchas de las imágenes logradas presentan personajes anónimos que tratan de ocultar la verdadera identidad de sus protagonistas, como si fuera asunto de desaprobación general la aparición en este tipo de herramientas.

De igual manera, las fotografías de los estudiantes, aquí registradas, demuestran que las campañas de promoción de hábitos saludables y prevención de consumo de tabaco, en la actualidad, se deberían construir de manera colectiva con los públicos objetivos, ya que como evidencia este proyecto de investigación, es en espacios de intercambio reticular, como *Facebook* y otras redes sociales, en donde los estudiantes comparten acciones sociales que facilitan la comunicación, pues ilustran las experiencias individuales y colectivas.

Es importante destacar que las 33 fotografías fueron expuestas además en cuatro ciudades de Colombia: Pereira, Manizales, Armenia y Cartago, en donde múltiples colegios lograron conocer la propuesta trabajada y evidenciar el mensaje comunicativo creado por sus pares a través de las fotografías.

No obstante, lo más importante de este proceso es que el material entregado por los estudiantes fue utilizado para la construcción de una campaña de

comunicación de prevención. Esta estrategia logró que los ejercicios fotográficos dejaran los escenarios digitales, como la red social *Facebook*, y se evidenciara la necesidad de presentarla en escenarios físicos, como otros colegios, o se utilizara para mediar mensajes a través de afiches, volantes y otras estrategias publicitarias.

8.1 Construir el mensaje disminuye la probabilidad de consumo y la percepción positiva

Después de la aplicación de los 3 grupos focales y de recibir las 33 fotografías que se presentaron al concurso, se procedió a aplicar un nuevo test, en esta ocasión, denominado post-test, para evaluar la efectividad de las estrategias utilizadas para disminuir la actitud positiva hacia el tabaco, y con el fin de determinar la relevancia que tienen los nuevos medios, pero, sobre todo, los intercambios en el ciberespacio y la construcción colaborativa, para los jóvenes de la ciudad de Pereira.

Es importante resaltar que el 49,3% de los estudiantes afirmó estar expuesto en ocasiones a publicidad o información que habla o alude a los riesgos del tabaco, discriminándose esta información de la siguiente manera:

65,6% en la televisión

35,8% en la radio

30,0% en la prensa

76,2% en afiches, carteles y campañas educativas

57,5% en páginas de internet

23,0% en aplicaciones Web

Además, podemos observar cómo la mayor parte de los mensajes de promoción y prevención que reciben los estudiantes, se transmiten a través de soportes tradicionales como la televisión, los impresos y la radio. No obstante, es gratificante ver cómo los estudiantes empiezan a ser conscientes de los contenidos que circulan en páginas de internet y aplicaciones web que hablan del problema del tabaco.

Para desarrollar los análisis que ofrece este proyecto, se estudió el grado de conocimiento y efectividad que tienen varias campañas tradicionales sobre prevención en Colombia a nivel nacional, regional y, sobre todo a nivel web. Las campañas estudiadas fueron:

- Generación somos más (Gobierno Nacional).
- Que no te metan los dedos a la boca (Liga contra el cáncer).

- La decisión está en tus manos (Oncólogos de Occidente).
- Conversatorios de cáncer infantil (Oncólogos de occidente).
- *App QuitNow* (Aplicación web).
- *Quit smoking: cessation nation* (Aplicación y página web).

Los resultados, en general, revelan que existe un desconocimiento cercano al 82,21% de las campañas y una efectividad solamente del 26,58%

En este sentido, el grupo de investigación validó la hipótesis que habla de la poca efectividad de las campañas tradicionales, y por esta razón, implementó la fotografía participativa como entramado metodológico, ya que se logra constatar que la construcción colaborativa del mensaje es funcional para el diseño de estrategias de prevención y promoción de hábitos saludables. Cabe aclarar que los estudiantes interactuaron con las fotografías en escenarios reales y virtuales, en este caso en sus colegios, así como en los grupos de *Facebook* que se crearon para socializar las imágenes y recibir las opiniones de los estudiantes.

No obstante, podemos afirmar que el resultado más importante de este proyecto, es comprobar cómo el uso pedagógico de medios y los concursos de fotografía participativa (Rabadán y Contreras, 2014) lograron disminuir las percepciones positivas hacia el consumo, ya que el 80% de los estudiantes que participó de estrategias mixtas, y el 70% de quienes participaron en estrategias alternativas, afirmaron que definitivamente no probarían el cigarrillo si un amigo se los ofreciera. Podríamos decir entonces, que el uso de la fotografía reemplaza otro tipo de práctica juvenil y permite ocupar a los estudiantes en otras actividades, así como mostrarles opciones profesionales para su futuro.

De igual manera, con estos resultados podemos asegurar que las campañas, tanto tradicionales como alternativas, son útiles, pero las campañas mixtas tienen resultados más positivos en la disminución de percepciones negativas hacia al consumo del tabaco, ya que con este estudio logramos tener un 80% de disminución de la percepción positiva hacia dicha práctica.

Además, cabe aclarar que los jóvenes participantes en las estrategias mixtas (charlas + formación pedagógica en medios), lograron fotografías mucho más profesionales y con un análisis más profundo de la problemática, pues como se observa, estas incluyen un grado de simbolismo alto, así como una técnica más refinada, jugando con las luces y sombras, los encuadres, las planimetrías, etc.

8.2 Del análisis a la acción, una nueva campaña de comunicación con enfoque educativo transmedia

Debido a la importancia de las redes sociales y sobre todo de la tecnología, el equipo de comunicaciones de Oncólogos de Occidente se dio a la tarea de crear un universo discursivo para la nueva campaña titulada “Menos cigarrillo más vida”, a través de la cual se explica que es necesario cesar el consumo de tabaco porque genera no solo problemas de salud, sino también otro tipo de dificultades sociales.

En esta perspectiva, las fotografías realizadas por los estudiantes demostraron que las campañas de promoción de hábitos saludables y prevención de consumo de tabaco en la actualidad, se deberían construir de manera colectiva con los públicos objetivos, pues como acredita este proyecto de investigación, es en espacios de intercambio reticular (Benkler, 2006; Euler, 1748), como *Facebook* y otras redes sociales, en donde los estudiantes comparten acciones sociales que facilitan la comunicación, pues ilustran las experiencias, así como modelos didácticos que se basan en el juego o el entretenimiento.

Asimismo, gracias al trabajo con los jóvenes, a partir de esta experiencia se crearon materiales publicitarios y mediáticos transmedia, como: exposiciones fotográficas, vídeos institucionales, vídeos de experiencias, obras de teatro, conferencias, material publicitario, material de *merchandising*, trabajo en redes sociales digitales, trabajos en clase para estudiantes, y otros productos que complementan esta estrategia narrativa transmedia educativa y publicitaria, para la promoción y prevención del consumo de tabaco, como se puede ver en la siguiente imagen que hace parte del material publicitario de la nueva campaña de prevención del consumo de tabaco, y que fue lograda por uno de los estudiantes involucrados en el proyecto.



Imagen 5. Publicidad participativa de prevención.



Imagen 6. Vídeo de prevención realizado por estudiantes.

Es importante resaltar que se ejecutó un trabajo de expansión de la propuesta narrativa transmedia de educación y publicidad (Sánchez y Otero, 2012), ya que se llevó la presente propuesta a cuatro ciudades de la región del Eje Cafetero colombiano: Pereira, Armenia, Manizales y Cartago, logrando un impacto mayor en la comunidad educativa del centro occidente del país.



Imagen 7. Actividades de socialización del proceso final.

10. CONCLUSIONES

Al final de este proyecto y como respuesta a la pregunta y a los objetivos planteados, se concluye:

- Las cifras de consumo de tabaco juvenil en Pereira no son tan elevadas, pero sí hay una alta presencia de públicos fumadores en círculos familiares y de amigos, lo que podría propiciar fácilmente un consumo basado en la repetición.
- El uso pedagógico de medios podría ser una alternativa para el manejo del tiempo libre de los estudiantes y para motivar otras dinámicas de repetición entre pares, a través del intercambio de conocimientos o de experiencias en torno a la fotografía, para el caso preciso de esta propuesta.
- Las campañas de comunicación tradicional como los conversatorios, los afiches, las cuñas radiales, los vídeos televisivos, son funcionales, siempre y cuando piensen en la dinámica de interactividad entre usuarios y medios en los espacios públicos digitales, así como las dinámicas de prosumidores en ambientes de consumo transmedia.
- Los estudiantes reaccionan de manera positiva a las iniciativas comunicativas que tienen en cuenta su visión sobre el tema. Para el caso del consumo de tabaco, afirmamos que es más efectivo diseñar mensajes desde la experiencia del estudiante, y no simplemente desde el conocimiento de expertos técnicos o temáticos en comunicación, publicidad o educación.
- La imagen es el componente fundamental de cualquier espacio público virtual; por esta razón, vemos la importancia de diseñar elementos comunicativos basados en la fotografía en espacios como *Facebook*, que finalmente se han convertido en nuevas ágoras de intercambio juvenil y de mayor retroalimentación reticular.
- Las campañas de promoción de hábitos saludables y de prevención de enfermedades o prácticas peligrosas, deberían diseñarse pensando en los múltiples canales de difusión existentes, así como en la creación de narraciones vivenciales que puedan distribuirse y consumirse de manera independiente a través de múltiples medios sociales.

Finalmente, el consumo de tabaco podría disminuir, así como la percepción positiva del mismo, si se le enseña al estudiante un universo diferente que pueda ser más atractivo que el tabaco: “en el caso de esta investigación, la fotografía, como elemento capaz de pintar la realidad de cada estudiante mediante la luz, pero, sobre todo, proyectar un futuro alejado de este tipo de prácticas nocivas para la salud”.

10. BIBLIOGRAFÍA

Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción: fundamentos sociales*. España: Martínez Roca.

Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven: Yale University Press.

Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). «Social network sites: Definition, history, and scholarship». *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13(1), article 11. Recuperado de: <http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/12/sitios-de-redes-socialesdefinicion-historia-y-ayuda-a-su-estudio-i/>

Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud (1986). *Conferencia Internacional auspiciada por la OMS y la Asociación Canadiense de Salud Pública*. Toronto, Canadá: OMS, Asociación. Recuperado de: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2013/Carta-de-ottawa-para-la-apromocion-de-la-salud-1986-SP.pdf>

Comisión Nacional de Televisión (2010). *Resolución 2010-380-001136-4*, Por medio de la cual se reglamenta la emisión de mensajes institucionales de prevención contra el consumo de tabaco y sus derivados en el servicio público de televisión, y se modifican algunas disposiciones contenidas en la Resolución 290 de 2002, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 1335 de 2009. Bogotá.

Congreso de la República de Colombia (2009). *Ley 1335 de 2009. Julio 21*. Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana. Bogotá

Rabadán, Á. V. & Contreras, P. (enero-diciembre, 2014). La Fotografía Participativa en el contexto socio-educativo con adolescentes. *Comunicación y Hombre* (10) [en línea]. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129432541014> ISSN 1885-365X

Crespo, A.; Barrio, A.; Cabestrero, R. y Hernández, Ó. (2007). Procesamiento cognitivo y valoración de las nuevas advertencias combinadas antitabaco propuestas por la Comisión Europea: estudio empírico en una muestra española. *Clínica y Salud*, vol. 18(2), 163-180.



Dallery, Jesse; Jarvis, Brantley; Marsch Lisa, Xie, (2015) Haiyi. Mechanisms of change associated with technology-based interventions for substance use. *Drug and alcohol dependence*, vol. 150, 14-23

Flórez R. (1996). Dinámica del desarrollo cognitivo individual. En: *Hacia una pedagogía del conocimiento*. Bogotá: Mc. Graw Hill. 62-74

Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere. A contribution to the critique of actually existing democracy. *Duke University Press, Source: Social Text*, (25/26), 56-80. Recuperado de: http://my.ilstu.edu/~jkshapi/Fraser_Rethinking%20the%20Public%20Sphere.pdf

Freire, P. (1993). *Pedagogía de la esperanza: un reencuentro con la pedagogía del oprimido*. Bogotá: Siglo XXI Editores.

Gallego T., S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales* [en línea] 2011, Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>> ISSN 1575-0825

Habermas, J. (1988). *L'espace public: archeologie de la publicite comme dimension constitutive de la societe bourgeoise*. París: Éditions Payot.

Ipsos Napoleón Franco. (2010). *Percepción, usos y hábitos frente a las tecnologías de la Información y la Comunicación*. Colombia Digital. Recuperado de: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2218.html>

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nueva York: *New York University Press*. Recuperado de: <https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/Henry%20Jenkins%20Convergence%20culture%20where%20old%20and%20new%20media%20collide%20%202006.pdf>

Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). *Convergence culture*. vol. 14 (1) 5-12. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856507084415>

Kowalski, R.; Limber, S. y Agatston, P. (2009). Cyber Bullying: El acoso escolar en la era digital. Recuperado de: <https://www.edesclee.com/img/cms/pdfs/9788433023988.pdf>

León, L. y Bonilla, N. (2011). Conocimientos, actitudes y prácticas sobre ambientes libres de humo, actividad física y dieta saludable en tres colegios de Pereira. *Revista Médica de Risaralda*, 17(1).

- Lull, J. (1980). Los Usos Sociales de la Televisión. *Human Communication Research* (6) 197-209. Santiago de Chile. Recuperado de: <http://www.jameslull.com/losusos.html>
- Maletzke, G. (1976). *Psicología de la comunicación social*. CIESPAL. Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América. Quito: Editorial Qipos.
- McQuail, D.; Blumler, J. G. y Brown, J. R. (1972). The television audience: A revised perspective. *Media studies: A reader*, 271, 284.
- Ministerio de Salud de Colombia (2013). Estudio Nacional de consumo de sustancias psicoactivas en Colombia, 2013. Recuperado de: https://www.unodc.org/documents/colombia/2014/Julio/Estudio_de_Consumo_UNODC.pdf
- Mosquera, M. (2003). Comunicación en salud: conceptos, teorías y experiencias. La iniciativa de la comunicación. *Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe* (52). Recuperado de: http://www.comminit.com/la/drum_beat_52.html
- Pardo, C. y Piñeros, M. (2010). Consumo de tabaco en cinco ciudades de Colombia, Encuesta Mundial de Tabaquismo en Jóvenes, 2007. *Biomédica*, 30(4).
- Pearl, R. (1929). Cancer and Tuberculosis. *American Journal of Hygiene*, (9) 97-159. Recuperado de: [https://www.americanjournalofsurgery.com/article/S0002-9610\(29\)90125-2/fulltext](https://www.americanjournalofsurgery.com/article/S0002-9610(29)90125-2/fulltext)
- Peres, W., y Hilbert, M. R. (Eds.). (2009). La Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe: Desarrollo de las Tecnologías y Tecnologías para el Desarrollo. *United Nations Publications*, vol. 98.
- Pérez, M. Á. y Pinzón-Pérez, H. (2005). Uso del tabaco entre los jóvenes colombianos. Retos para los profesionales en salud pública. *Revista Científica Salud Uninorte*, vol. 21. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/salud/article/viewArticle/4112/5675>
- Procuraduría General de la Nación (2010). Circular 31 de 2010, cumplimiento de la Ley 1335 de 2009, Ley Antitabaco. Bogotá.
- Sánchez, C. C. y Otero, T. P. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO14*, 10(2), 102-125.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Scolari, C. (2010). Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Quaderns del CAC*, 34(13), 17-25.

Scolari, C. (2016). Alfabetismo transmedia: Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación= Transmedia literacy: Informal learning strategies and media skills in the new ecology of communication. *Telos: Revista de pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*. (193): 13-23.

Torres, J. (1998) *Globalización e interdisciplinariedad: el currículo integrado*. Madrid: Ediciones Morata, 15-19.

Valdez, J. P. (2016). Estructura y contenido de la twitteresfera política colombiana durante las elecciones legislativas de 20141. *Textos y Sentidos*, (13), 27-47. Universidad Católica de Pereira.

WHO. World Health Organization (2005). *Waterpipe tobacco smoking: health effects, research needs and recommended actions by regulators*. Geneva: World Health Organization.

WHO. World Health Organization (2003). *Convenio marco de la OMS para el control del tabaco*. World Health Organization.

Yunis, A. S, Annetta V. (2017) *Efectos del tabaco y el tabaquismo*. Recuperado de: <http://www.otorrinotornu.com.ar/descarga/producto/782-282-HISTORIA%20DEL%20TABACO%20Y%20DEL%20TABAQUISMO.pdf>



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA

El escudo de la Universidad está constituido por un círculo en cuyo centro hay un sol que tiene en el interior un libro con dos letras griegas.

El sol tradicionalmente representa a Jesucristo. Él es la luz que alumbr a todo hombre, concretamente al hombre de hoy con sus preocupaciones, proyectos y expectativas. La Universidad quiere ser un instrumento eficaz al servicio de la luz de Cristo que ilumina al hombre.

“Para vosotros se alzar á un sol de justicia que traer á en sus alas la salud”
(Malaquías 4,2)

“Por la entrañable misericordia de nuestro Dios nos visitará el sol que nace de lo alto para iluminar a los que viven en tinieblas y en sombras de muerte, para guiar nuestros pasos por el camino de la paz” (Lc. 1,79)

El libro representa la Universidad; en las páginas están grabadas dos letras griegas, que son las iniciales del nombre de Jesucristo: la iota de Iesous (ι) y la Ji de Christós (χ), porque la comunidad universitaria quiere ir al hombre para darle la luz recibida de Cristo.

“La Palabra (Cristo) era la luz verdadera que alumbr a todo hombre”
(Juan 1,9)

Las palabras latinas “illuminat hominem” (“ilumina al hombre”) recogen el sentido de la misión de la UCP. Por tanto su razón de ser es la de ofrecer a cada bachiller el APOYO para que llegue a Ser Gente, Gente de Bien, Profesionalmente capaz, y esto como realización de su proyecto personal de vida, que lo hará “instrumento eficaz al servicio de la luz de Cristo que ilumina al hombre”.