



Photoboy: ¿La pedagogía en medios digitales es una buena opción para las campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo?¹

Photoboy: Is digital media pedagogy a good option for tobacco and/or cigarette consumption prevention campaigns?

DOI: <https://doi.org/10.31908/eucp.78.c720>

Para citar este capítulo: Páez Valdez, J., Cruz Luna, M., Rojas Torres, M. R., Sandoval Camacho, L. C., (2021). Photoboy: ¿La pedagogía en medios digitales es una buena opción para las campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo? *Perspectivas de salud mental y comunicación de jóvenes investigadores* (pp. 52-74). Pereira. Editorial Universidad Católica.

¹ Photoboy: ¿La pedagogía en medios digitales es una buena opción para las campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo? / Photoboy: Is digital media pedagogy a good option for tobacco and/or cigarette consumption prevention campaigns? Es un artículo que dará a conocer los resultados encontrados en una de las líneas de trabajo del proyecto Photoboy, una plataforma digital, colaborativa y transmedia para la promoción y prevención de enfermedades ligadas al consumo de tabaco en niñas, niños y adolescentes del Eje Cafetero, el cual nace en el semillero de investigación “Comunicación, Educación y Cultura” de la Universidad Católica de Pereira. Esta investigación se desarrolló después de ganar la Convocatoria No. 874 de 2020: “Convocatoria para el Fortalecimiento de Proyectos en Ejecución de CTel en Ciencias de la Salud con Talento Joven e Impacto Regional”.

Autores:

Julián Páez Valdez²

Universidad del Rosario

Mariana Cruz Luna³

Universidad Católica de Pereira

Margarita Rosa Rojas Torres⁴

Universidad Católica de Pereira

Laura Camila Sandoval Camacho⁵

Universidad Católica de Pereira

2 Comunicador social y periodista, de la Universidad del Quindío; Magíster en ciencias humanas, mención, información y comunicación de la Universidad Sorbonne Nouvelle, París. Doctor en Ciencias de la información y de la comunicación, de la Universidad Sorbonne Nouvelle, París. Profesor principal de carrera de la escuela de administración de la Universidad del Rosario.

Contacto: Julian.paez@urosario.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5874-5767>

Google Scholar: <https://bit.ly/339vZs0>

3 Comunicadora social y periodista de la Universidad Católica de Pereira, Risaralda (Colombia). Joven investigadora, vinculada al grupo de investigación “Comunicación, Educación y Cultura”.

Contacto: mariana.cruz@upc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4379-9292>

Google Scholar: <https://bit.ly/3qTC7ws>

4 Comunicadora social y periodista de la Universidad Católica de Pereira, Risaralda (Colombia). Joven investigadora, vinculada al grupo de investigación “Comunicación, Educación y Cultura”.

Contacto: margarita.rojas@ucp.edu.co,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8420-5422>

Google Scholar: <https://bit.ly/336kRMs>

5 Comunicadora social y periodista de la Universidad Católica de Pereira, Risaralda (Colombia). Joven investigadora, vinculada al grupo de investigación “Comunicación, Educación y Cultura”.

Contacto: laura.sandoval@ucp.edu.co,

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9060-9140>

Google Scholar: <https://bit.ly/3pSixS1>

Resumen

Photoboy es un proyecto de investigación-creación, que se ha realizado en dos fases, el presente artículo expondrá la segunda fase del proyecto, en la cual se desarrollaron procesos de co-creación y pedagogía en medios para la promoción y prevención de enfermedades ligadas al consumo de tabaco y/o cigarrillo en niñas, niños y adolescentes de 15 instituciones educativas, tanto públicas como privadas, de zonas rurales y urbanas del Eje Cafetero.

Este proyecto implementó un método propio denominado “método Photoboy”, método mixto conformado por dos partes: la primera consta de encuestas (pre-test y post-test) de actitudes y conocimientos previos sobre el tabaco y/o cigarrillo; y la segunda de una estrategia de intervención colaborativa basada en tres enfoques participativos: gráfico, sonoro y digital.

Los instrumentos aplicados fueron validados en la primera fase de Photoboy, fase en la que se desarrolló un proyecto similar al presentado en este artículo, pero solo en instituciones educativas de la ciudad de Pereira y con un solo enfoque participativo: la fotografía; los resultados de esta primera fase se han publicado en diferentes revistas académicas como *Plumilla Educativa*, *La Tercera Orilla*, entre otras.

Durante el proceso de la segunda fase se analizaron los impactos de las campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo que se han realizado a nivel regional y nacional en Colombia, en los formatos: gráfico, sonoro y digital. Además, se observó la efectividad que pueden tener las herramientas comunicativas para generar campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo.

En este caso, se analizará el formato digital: el impacto que han tenido las diferentes campañas a nivel nacional en los estudiantes y las percepciones de estos a través del proyecto.

Palabras clave: Photoboy, tabaquismo, adolescente, niño, estudiante, medios de comunicación.

Abstract

Photoboy is a research-creation project, which has been carried out in two phases. This article will present the second phase of the project, in which processes of co-creation and pedagogy were developed in the media for the promotion and prevention of diseases linked to Tobacco and/or cigarette consumption in girls, boys and adolescents from 15 educational institutions, both public and private, in rural and urban areas of the Coffee Region.

This project implemented its own method called the “Photoboy method”, a mixed method made up of two parts: the first, surveys (pre-test and post-test) of attitudes and previous knowledge about tobacco and/or cigarettes, and the second, a collaborative intervention strategy based on three participatory approaches: graphic, sound and digital.

The applied instruments were validated in the first phase of Photoboy, a phase that developed a project similar to the one presented in this article, but only in educational institutions in the city of Pereira and with a single participatory approach, photography; The results of this first phase have been published in different academic journals such as “Plumilla Educativa”, “La Tercera Orilla”, among others.

During the process of the second phase, the impacts of the tobacco and/or cigarette consumption prevention campaigns that have been carried out at the regional and national level in Colombia, in the formats: graphic, sound and digital, were analyzed. In addition, the effectiveness that communication tools can have to generate tobacco and/or cigarette consumption prevention campaigns was observed.

In this case, the digital format will be analyzed: the impact that the different campaigns at the national level have had on students and their perceptions through the project.

Keywords: Photoboy, tabacco, teenager, child, student, media.

Introducción

Más del 80% de los 1.300 millones de personas que consumen tabaco a nivel mundial viven en países de ingresos bajos o medianos, además, anualmente se presentan alrededor de 8 millones de muertes por enfermedades ligadas al consumo de tabaco, según afirma la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021). En un estudio reciente la misma organización informó que casi la mitad de los niños a nivel mundial “respiran habitualmente aire contaminado por humo de tabaco en lugares públicos y 65 mil menores mueren cada año por enfermedades atribuibles al humo ajeno” (Tabaco, 2021).

En Colombia, para el año 2018, el tabaquismo y las enfermedades asociadas a esta práctica cobraban la vida de un colombiano cada 20 minutos, lo que arrojaba un panorama de 88 decesos por día, según manifestó en su momento el exministro de Salud y Protección Social Alejandro Gaviria Uribe (Minciencias, 2018).

Según el DANE, en su Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENCSPA), para el “2019 alrededor del 33,3% de la población entre los 12 y 65 años de edad, sostuvo haber consumido alguna vez en su vida tabaco” (ENCSPA, 2019, P. 2). Además, según expuso en el boletín de Prensa número 820 de 2020, la subdirectora de Enfermedades No Transmisibles del Ministerio de Salud y Protección Social, Nubia Bautista, afirmó que “en el país el 82% de las personas no fuman, pero sigue existiendo un número importante de muertes por enfermedades atribuibles al consumo del tabaco” (Minciencias, 2020, P. 1), decesos que se encuentran entre los 34.800 anualmente.

En el caso del Eje Cafetero, región donde se centra el objeto de estudio del proyecto, Caldas de acuerdo con el Sistema Único de Indicadores sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas (SUISPA) “presenta la condición de estar por encima del nivel de consumo nacional en tabaco con un 45,4%” (SUISPA Caldas, 2012, P. 27); Risaralda por su parte, con una prevalencia de vida de consumo de tabaco del 29,3%, se ubica por encima del consolidado nacional que está en 24,3% (SUISPA Risaralda, 2012, P. 2) y Quindío, según un estudio de Caracterización Regional de la Problemática Asociada a las Drogas, presenta un indicador que demuestra que “el 44,3% de los encuestados, declaró haber fumado tabaco alguna vez en la vida” (SUISPA, 2016, P. 37).

Por otro lado, “la edad promedio de inicio de consumo de tabaco en Colombia es de 11,9 años” (León y Bonilla, 2011, P. 17) y en entornos educativos, según el Estudio Nacional de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar en Colombia, del Observatorio de Drogas de Colombia (ODC), concluyó que “el 50% de los escolares que han consumido tabaco, lo hicieron por primera vez a los 13 años o menos, tanto hombres como mujeres” (ODC, 2016, P. 43 - 44).

Las cifras anteriores dan a conocer un panorama donde se debe reforzar la prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo en niñas, niños y jóvenes, que desde temprana edad se están iniciando en esta práctica en el país; pero, ¿cuál sería la mejor opción para generar campañas de prevención de este tipo de prácticas en la población analizada?

Según la Carta de Ottawa para la Prevención de la Salud, firmada el 21 de noviembre de 1986, uno de los requisitos fundamentales para promocionar la salud es la educación y aunque la carta fue pactada para los retos que traería el año 2000, sin duda alguna sentó un precedente donde la educación forma parte importante de los procesos preventivos; por tal razón, las instituciones educativas se convierten en centros claves para promocionar estilos de vida saludables, pues son el puente que permite desarrollar de una mejor manera con niñas, niños y jóvenes campañas de prevención.

Por lo anterior, al analizar las cifras, al igual que el riesgo de inicio de consumo de tabaco en los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda, desde el proyecto de Investigación-Creación: Photoboy, en su segunda fase, nace la necesidad de intervenir estos entornos para trabajar con ellos campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo; por tal razón, la estrategia más idónea para desarrollar lo mencionado anteriormente, teniendo en cuenta la época en la que se desarrolla el proyecto que es digital, donde “los medios de comunicación, y más recientemente las Nuevas Tecnologías, han modificado la manera de construir el saber, el modo de aprender y la forma de conocer” (Morduchowicz, 2001, p. 26.), se encontró que los medios de comunicación, desde el uso pedagógico, eran la herramienta ideal para llegar de manera rápida y con mayor aceptación a la población que se quería analizar.

Además, según las últimas cifras reportadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC, 2021), Colombia cuenta con “32’9 millones de accesos a Internet móvil en suelo Colombiano”, lo que, según dicho Ministerio, implica un aumento significativo en comparación con años anteriores, es decir, los colombianos cada vez más adaptan estas nuevas tecnologías a sus estilos de vida, lo que significó una gran ventaja al momento de desarrollar la metodología del proyecto, pues se encontró la necesidad de crear modelos pedagógicos de prevención de consumo en medios digitales.

Durante el proceso investigativo, se pasó de un modelo de investigación clásico a uno de investigación-creación, que le da a los niños, niñas y adolescentes, pertenecientes al proyecto, una participación activa en el proceso. A su vez, se plantearon diferentes estrategias que se desarrollaron en tres líneas: línea gráfica, línea sonora y línea digital, estrategias que implementaron procesos educocomunicativos y de co-creación.

En el caso de la línea digital, se realizaron actividades pedagógicas de manejo, cuidado y aprovechamiento de las herramientas digitales, lo cual permitió que los estudiantes contarán con las bases necesarias para crear campañas de prevención de consumo de tabaco, campañas que posteriormente serían alojadas en la plataforma digital transmedia del proyecto, que finalmente ayudarán en la promoción y prevención de enfermedades ligadas al consumo de tabaco en niñas, niños y adolescentes del Eje Cafetero.

Metodología/Resultados

El proyecto se desarrolló en 15 instituciones educativas de tres departamentos del Eje Cafetero: Caldas, Quindío y Risaralda; cinco planteles educativos por departamento, los cuales debían estar ubicados en zonas rurales y/o urbanas, ser privados o públicos y que contarán con primaria y secundaria, esto permitió tener un campo de acción más amplio y poder analizar las diferentes percepciones de los estudiantes con diferentes características demográficas.

Los municipios en los que se trabajó por departamento fueron los siguientes:

Caldas:

Manizales y Belalcázar.

Quindío:

Armenia, Circasia, Filandia y Pijao.

Risaralda:

Apia, La Celia, Pueblo Rico y Pereira.

En cuanto a los aspectos éticos, primero se entabló una comunicación y previos permisos con los planteles educativos; posteriormente, en el trabajo práctico con los estudiantes, se diligenciaron dos documentos por sus acudientes, uno fue el consentimiento informado sobre el proyecto y otro la cesión de derechos y de imagen, ya que los productos que estos realizaron se albergaron e hicieron públicos en una plataforma digital. Además, en algunas instituciones se realizaron reuniones previas al proceso con los padres de familia, para que estos conocieran de primera mano el trabajo que se iba a realizar con los estudiantes.

En total se logró trabajar con más de 1.000 alumnos entre los 8 y 18 años de edad, entre los que se encontraban estudiantes pertenecientes a una comunidad indígena Embera Chamí en el municipio de Pijao, Quindío, con ellos los permisos de trabajo se solicitaron ante el líder de la comunidad.

Método Photoboy

Cinco fases son las que componen el método aplicado: pre-test, capacitaciones, campaña colaborativa, post-test y premiación. Durante el desarrollo de estas etapas se analizaron las actitudes previas y aprendizajes sociales que podían llegar a tener los estudiantes frente al consumo y enfermedades ligadas al tabaco y/o cigarrillo, además de la recordación que pudieran tener de algunas campañas de prevención de consumo de esta práctica. En el proceso también se aplicó un modelo pedagógico en medios digitales, lo cual permitió crear con la comunidad impactada, de manera colectiva y colaborativa, el material de promoción y prevención que se alojó en la plataforma web del proyecto.

Conociendo: actitudes previas

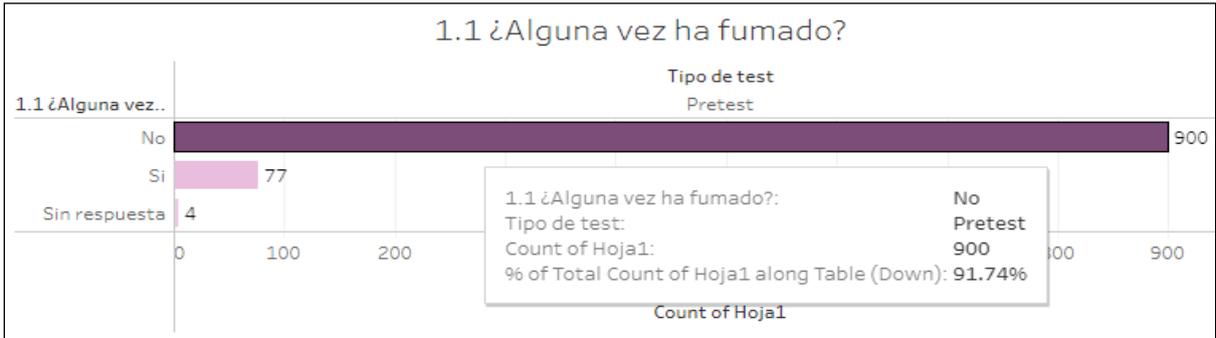
El desarrollo del método comenzó con la realización de los pre-test (encuesta previa), herramienta que permitió conocer de primera mano aspectos sociodemográficos, conocimientos previos sobre el consumo de tabaco/cigarrillo, percepción mediática y evaluación de campañas de prevención. Dicha encuesta se compuso de 28 preguntas de opción múltiple para los grados cuarto, quinto y sexto; y 49 preguntas, también con opción múltiple de respuesta, para los grados décimo y undécimo.

Debido a la situación actual que vivía el país por la pandemia de la Covid-19 y el paro nacional, la ejecución de esta primera fase se realizó con la ayuda de las TIC, las encuestas se resolvieron por medio de salas de Zoom, Meet o Microsoft Teams, grupos de WhatsApp e incluso llamadas telefónicas con aquellos estudiantes que no contaban con un fácil acceso a Internet, solo el pre-test realizado a los alumnos de la comunidad Embera Chamí se realizó de manera presencial.

Durante esta etapa también se realizó material audiovisual (videos para redes sociales) [<https://www.youtube.com/watch?v=EUB9CZ8-yo8>], que permitió dar a conocer, de manera dinámica, a los estudiantes e instituciones educativas que se vincularon al proceso, el proyecto Photoboy.

A continuación, se adjuntan algunos de los datos más relevantes que arrojó esta primera encuesta realizada a 978 estudiantes, 18,45% de Caldas, 37,10% de Risaralda y 44,14% de Quindío. Es importante aclarar que los datos recopilados (tanto en el pre-test, como en el post-test) fueron analizados a través de ecuaciones estructurales multivariadas de relaciones causales, los resultados se visualizan en el “Photoboy Data” publicado en Tableau (link adjuntado en referencias).

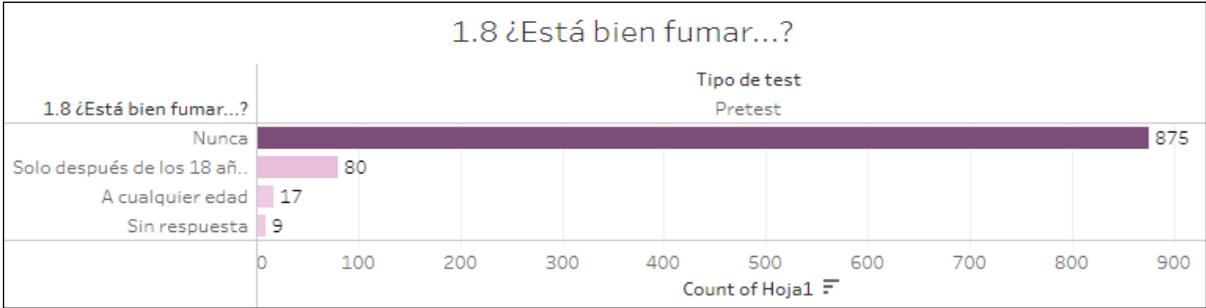
Figura 1. ¿Alguna vez ha fumado? (Población: bachillerato)



Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 91,74% (900 personas) de los estudiantes encuestados, tanto de primaria como secundaria, respondieron no haber fumado cigarrillo y el 7,85% (77 personas) respondió sí haberlo hecho; de este porcentaje, se encontró que entre los alumnos de bachillerato (décimo y once) el 15,42% (77 personas) afirmó haber fumado, en el caso de básica media (sexto) el 8,33% (2 personas) y en primaria (cuarto y quinto) el 0,62% (3 personas) afirmaron haber realizado esta práctica.

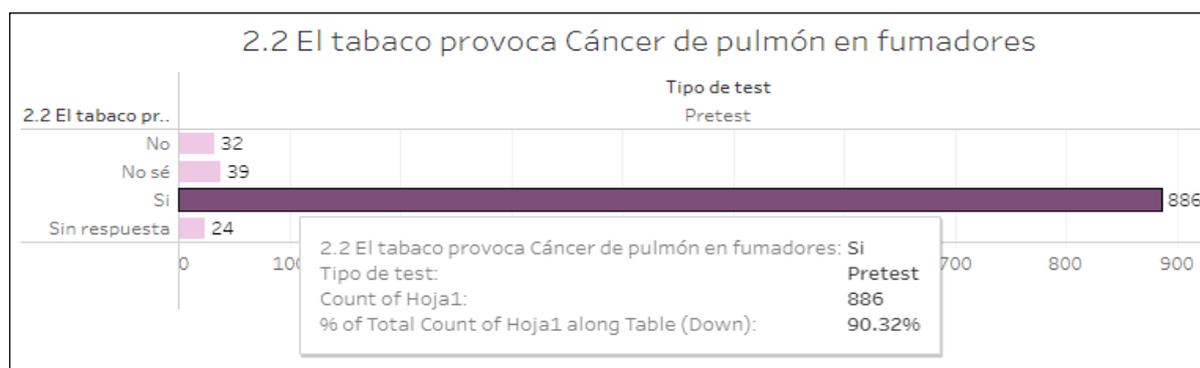
Figura 2. ¿Está bien fumar?



Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 89,19% (875 personas) del total de los alumnos encuestados (primaria, básica media y secundaria) afirmaron que nunca estaría bien fumar, por otra parte, el 8,15% (80 personas) de los estudiantes contestó que sólo después de los 18 años está bien fumar.

Figura 3. ¿El tabaco provoca cáncer de pulmón en fumadores?



Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 90,32% (886 personas) del total de los alumnos encuestados (primaria, básica media y secundaria) afirmaron que el tabaco sí provoca cáncer de pulmón.

Figura 4. ¿Alguna vez ha visto campañas sobre el consumo de tabaco?

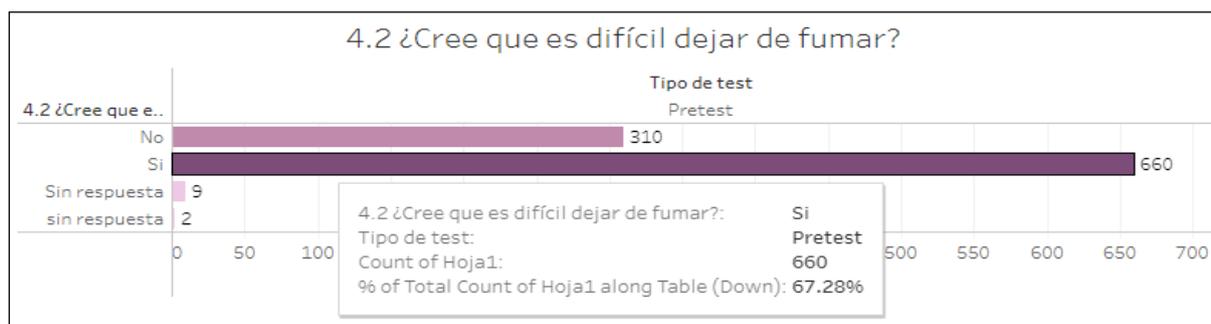


Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 53,41% (524 personas) de los alumnos encuestados, tanto de primaria como de secundaria, afirmaron no haber visto campañas de consumo de tabaco. Mientras el 46,18% (453 personas) respondió sí haber visto alguna vez campañas sobre el consumo de tabaco.

Con respecto al tipo de campañas y dónde las han visto, se encontró que el 50,46% (495 personas) del total de estudiantes encuestados ha visto campañas de prevención en páginas de Internet, a su vez el 46,89% (460 personas) de los alumnos respondieron haber visto estas campañas en Redes Sociales Digitales y el 39,04% (383 personas) del total de alumnos respondieron no haber visto campañas de prevención en sus colegios, mientras el 40,98% (402 personas) afirmaron sí haberlas visto.

Figura 5. ¿Cree que es difícil dejar de fumar?



Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 67,28% (660 personas) de los alumnos encuestados, tanto de primaria como de secundaria, afirmaron estar de acuerdo con que es difícil dejar de fumar. A su vez, el 60,45% (593 personas) del total de estudiantes afirmaron tener una muy mala percepción sobre el tabaquismo.

Experiencia Photoboy: manos a la obra

En este punto se comenzaron a implementar estrategias de comunicación pedagógica, las cuales se desarrollaron bajo un modelo educomunicativo y de apropiación social del conocimiento:

Por un lado, la educomunicación permite modelos de enseñanza donde se pueden vincular diversos métodos de aprendizaje. Según Ismar de Oliveira Soares, líder de movimiento investigativo de educomunicación en América Latina (Red Educom, 2016), la educomunicación no es una lectura crítica sobre los medios, sino una práctica de la acción comunicativa, que permite a los integrantes de un espacio, por ejemplo, una institución educativa, trabajar conjuntamente utilizando instrumentos y recursos digitales a su alcance para cumplir metas colectivas. Oliveira menciona además que la educomunicación es salir a lo alternativo para contribuir a una formación responsable, participativa y crítica de las personas.

Por su parte, Mario Kaplún, en su libro *Una Pedagogía de la Comunicación*, es reincidente al mencionar que solo “se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha” (Kaplún, 1998, p. 51), lo anterior es una de las bases fundamentales de la educomunicación, pues para que exista un verdadero aprendizaje el sujeto debe ser un participante más activo de sus procesos educativos.

Si se analiza a Kaplún y a Oliveira se puede obtener una definición más clara de lo que es educomunicación, pues Kaplún especifica que para adquirir conocimientos nuevos se debe reinventar el modelo tradicional, dejar de lado el solo leer y escuchar, para ser sujetos más participativos de la educación, a su vez, Oliveira resalta el aprovechamiento máximo de todas las herramientas digitales, para así, por medio de la apropiación de los recursos de la información y de la comunicación social, poder obtener una mayor capacidad crítica, de creación y opinión.

Pero además, como lo menciona Coslado, la educomunicación es interdisciplinar y transdisciplinar, pues logra abordar diferentes dimensiones y conceptos de la educación y la comunicación y adaptarlas a diferentes profesiones o situaciones, la educomunicación es “también conocida como [...] alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación, en el contexto iberoamericano, y *media literacy* o *media education*, en el contexto anglosajón” (Coslado, 2012, p. 157 - 175).

Por otro parte, las estrategias realizadas bajo un modelo de apropiación social del conocimiento (Minciencias, s.f.) permiten que la “sociedad civil se empodere a partir del conocimiento”, es decir, ser partícipes activos de diferentes procesos de formación donde no solo sean receptores, sino también emisores y desarrolladores de ideas.

Al unir estos dos conceptos, educomunicación y apropiación social del conocimiento, se logró que los estudiantes involucrados en el proyecto Photoboy pasarán de solo pertenecer a la investigación a ser miembros activos y empoderados del proceso.

En esta etapa se realizaron las capacitaciones orientadas en las tres líneas del proyecto, durante su desarrollo de manera virtual y presencial, se les brindó a los estudiantes las bases necesarias para crear su producto de prevención; para esto se creó material didáctico (cartillas: Imagen 1) que ayudó a los estudiantes en la comprensión de los temas tratados.

Imagen 1. Cartilla Photoboy Primaria - Secundaria



Fuente: elaboración propia.

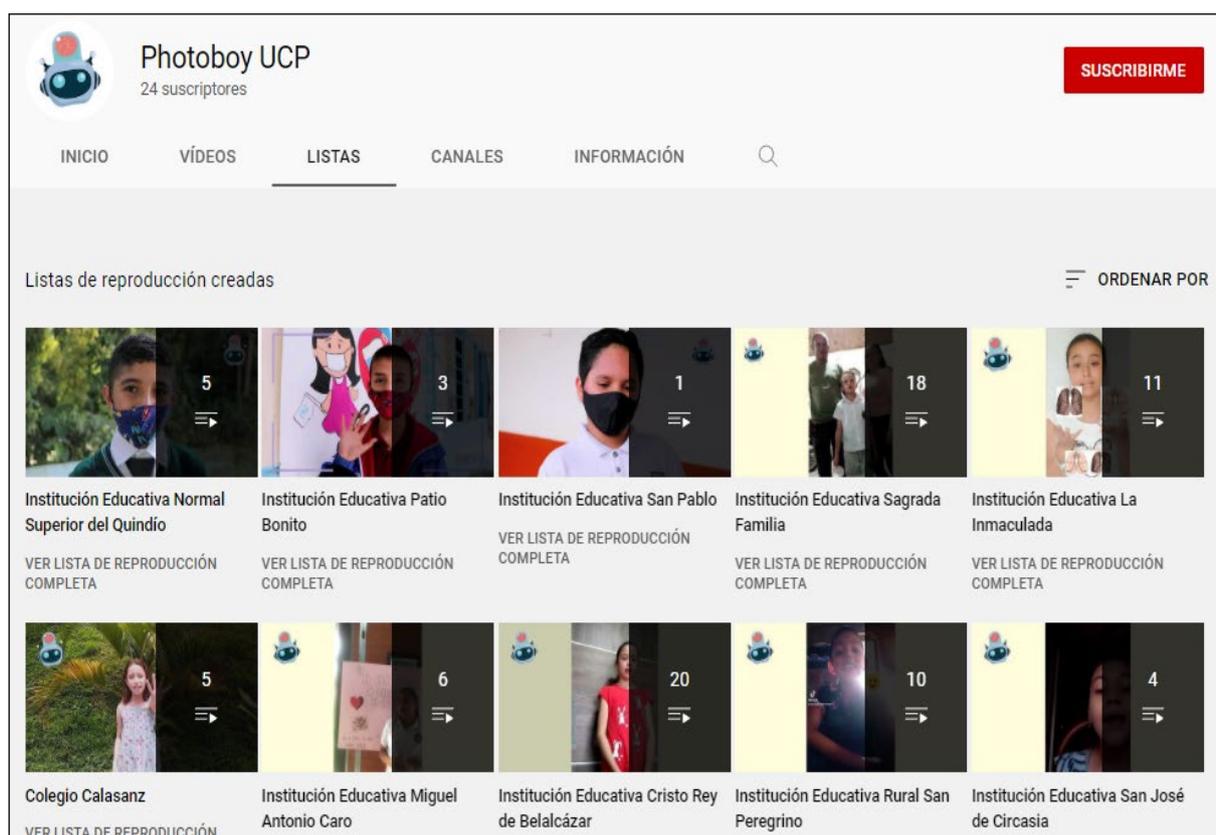
En el caso de la línea digital, se capacitó a los estudiantes para comprender un poco más conceptos como Internet o Redes Sociales, además, se les orientó sobre las ventajas de las diferentes herramientas digitales, pero a su vez, los riesgos y cuidados que se deben tener al momento de navegar en el ciberespacio o utilizar diferentes aplicaciones o plataformas virtuales. En el proceso se realizaron un total de 49 capacitaciones en las diversas instituciones que pertenecían al proyecto.

El resultado de estas intervenciones fueron los 61 vídeos (5 de Quindío, 24 de Risaralda y 32 de Caldas) que entregaron los estudiantes, donde plasmaron su opinión sobre el consumo de tabaco/cigarrillo, con los que a su vez participaron de la estrategia denominada “Concurso Photoboy”, estrategia que buscó empoderar a los estudiantes en el proceso, para que fueran estos los realizadores del material de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo, al final se concluyó esta etapa con la selección de los mejores productos, los cuales fueron premiados.

Para la creación de los videos, los estudiantes debían poner en práctica las enseñanzas y consejos dados durante la capacitación de la línea digital, para grabar o editar su producto podrían utilizar aplicaciones vistas en la capacitación como Tik Tok o cualquier herramienta digital que conocieran. Dentro de los vídeos más destacados, se encuentran los que apoyaron su opinión con la realización de material didáctico (carteleros, dibujos, etc.), aquellos que incluyeron a sus familiares o amigos para realizar dramatizados o consultar otras opiniones, también se destacaron aquellos trabajos en los que sobresalió una investigación más profunda sobre el tabaco y/o para construir una opinión más argumentada.

Los vídeos fueron recopilados y publicados en el canal de YouTube del proyecto: Photoboy UCP (el enlace se encuentra en las referencias), esto con la finalidad de generar retroalimentación entre todos los estudiantes participantes del proyecto. En el canal también se albergarán videos generales de cada departamento e instrucción, donde se exhibirá la experiencia vivida por los estudiantes y docentes de cada plantel educativo.

Imagen 2. Canal YouTube Photoboy



Fuente: elaboración propia.

Campaña Colaborativa: prevención

En la recta final del proyecto se implementó la estrategia de “Campaña Colaborativa”, los encuentros se desarrollaron entre la presencialidad y la virtualidad, y durante ellos los estudiantes fueron quienes tomaron las decisiones.

Para este punto, los alumnos eran los responsables de decidir colectivamente el nombre de la campaña de prevención de consumo de tabaco/cigarrillo que los representaría como grado e institución en la plataforma digital transmedia y colaborativa (en las referencias se encuentra el link de la página “Científicamente” donde se alberga la plataforma del proyecto después del vencimiento del dominio), espacio que alberga todos los productos realizados por ellos, donde se buscó transmitir un mensaje de estudiantes para estudiantes.

En este punto se crearon 44 campañas, se notó la creatividad, investigación y apropiación de los alumnos para esta estrategia. En el proceso se destacaron las siguientes campañas:

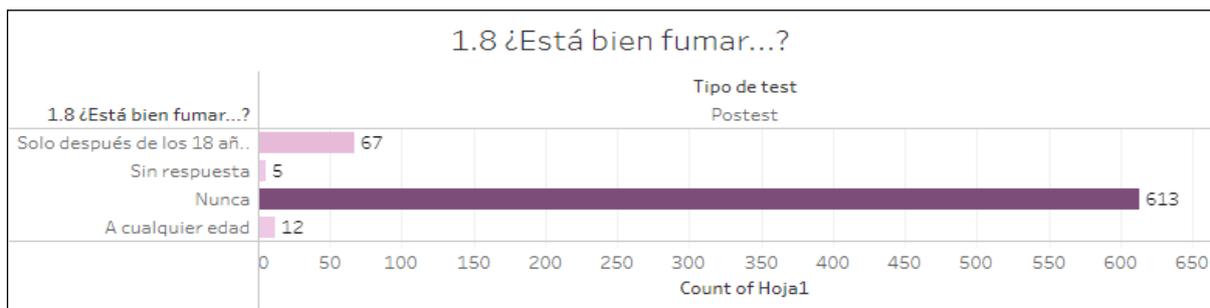
- Más estudio, menos tabaco.
- Si tus sueños quieres alcanzar, deja de fumar.
- Un soplido que viene, una vida que se va.
- No te fumes la vida.
- Si sano quieres crecer, el cigarrillo tienes que vencer.
- Para parchar no hay que fumar. El ambiente lo pones tú.
- Te cambio el cigarrillo por un bombón, porque el bombón te endulza la vida y el cigarrillo te la amarga.
- Si a viejo quieres llegar, el cigarrillo debes dejar.
- Para ser Rockstar no tienes que perjudicar tu salud. ¡No al cigarrillo!

Culminando: actitudes posteriores

Finalmente, el desarrollo del método culmina con la realización de los post-test (encuesta posterior/final), herramienta que, en este punto, permite comparar y analizar las percepciones de los alumnos frente al consumo de tabaco y/o cigarrillo y las campañas de prevención, después de haber sido parte de las diferentes fases del proyecto. Dicha encuesta se compuso de 24 preguntas de opción múltiple tanto para primaria como para secundaria.

A continuación, se adjuntan algunos de los datos más relevantes que arrojó esta segunda encuesta realizada a 697 estudiantes (en su mayoría de manera presencial), 28,69% de Caldas, 28,98% de Quindío y 42,32% de Risaralda. Los datos recopilados fueron analizados a través de ecuaciones estructurales multivariadas de relaciones causales, sus resultados se visualizan en el “Photoboy Data” publicado en Tableau (link adjuntado en las referencias).

Figura 6. ¿Está bien fumar?

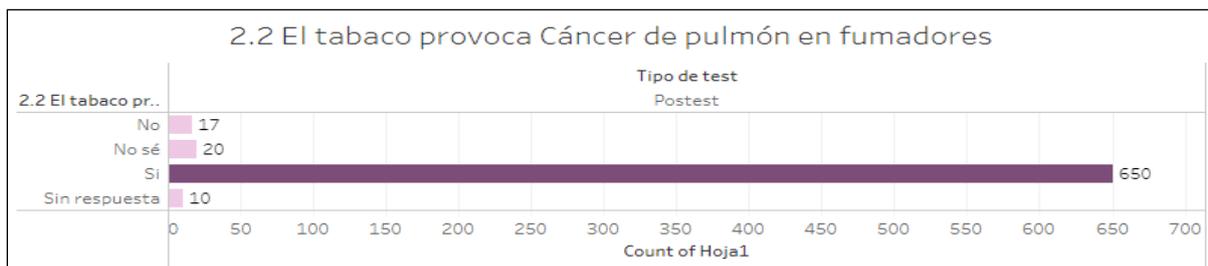


Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 87,95% (613 personas) de los alumnos encuestados, tanto de primaria como de secundaria, afirmaron que nunca estaría bien fumar, a su vez, el 9,61% (67 personas) de los estudiantes contestó que solo después de los 18 años está bien hacerlo.

Por otra parte, el 66,43% (463 personas) de los encuestados afirmaron estar de acuerdo con que es difícil dejar esta práctica. Además, se encontró que el 55,24% (385 personas) de los alumnos afirmaron tener una muy mala percepción sobre el tabaquismo.

Figura 7. ¿El tabaco provoca cáncer de pulmón en fumadores?



Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 93,26% (660 personas) del total de estudiantes encuestados (primaria, básica media y secundaria) afirmaron que el tabaco sí provoca cáncer de pulmón.

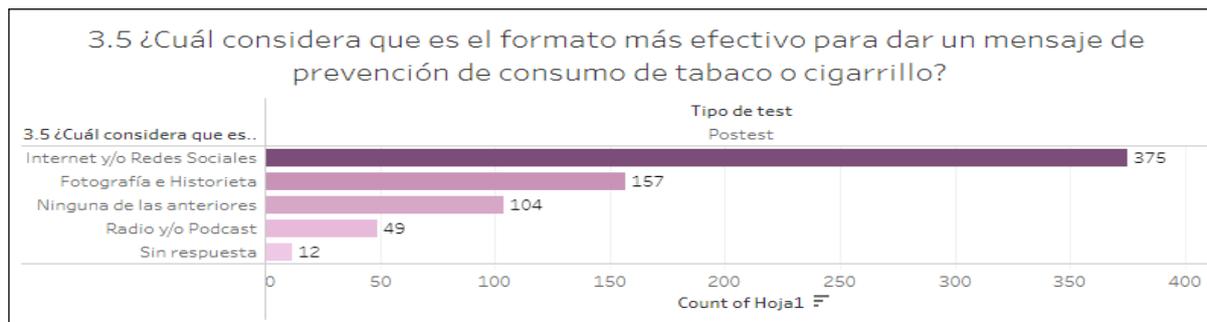
Figura 8. ¿Considera que lo aprendido en Photoboy podría ser útil a futuro?



Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 85,80% (598 personas) de los estudiantes encuestados (primaria, básica media y secundaria), afirmaron que lo aprendido en Photoboy, sí es útil para el futuro.

Figura 9. ¿Cuál cree que es el formato más adecuado para una campaña?



Fuente: elaboración propia.

Resultados: el 53,8% (375 personas) de los encuestados, tanto de primaria como de secundaria, afirmaron que el formato más adecuado para una campaña de prevención de consumo de tabaco es Internet y/o las Redes Sociales.

Al culminar la etapa de post-test, se realizó la premiación de la estrategia denominada “Concurso Photoboy”, la cual dejó 24 ganadores en la línea digital que fueron premiadas con kits escolares y diplomas; el criterio de selección de los ganadores se basó en sus opiniones, recursividad, investigación y creatividad en sus productos digitales (videos para redes).

Laboratorio Photoboy

Al culminar las actividades en las instituciones, se implementó una última estrategia denominada “Laboratorio Photoboy”; esta cumplió con el propósito de generar retroalimentación entre los estudiantes vinculados al proyecto. La estrategia se desarrolló en un evento con aforo controlado de personas debido a lo vivido por la pandemia de la COVID - 19 y con la presencia de 6 instituciones educativas, de las 15 vinculadas al proceso.

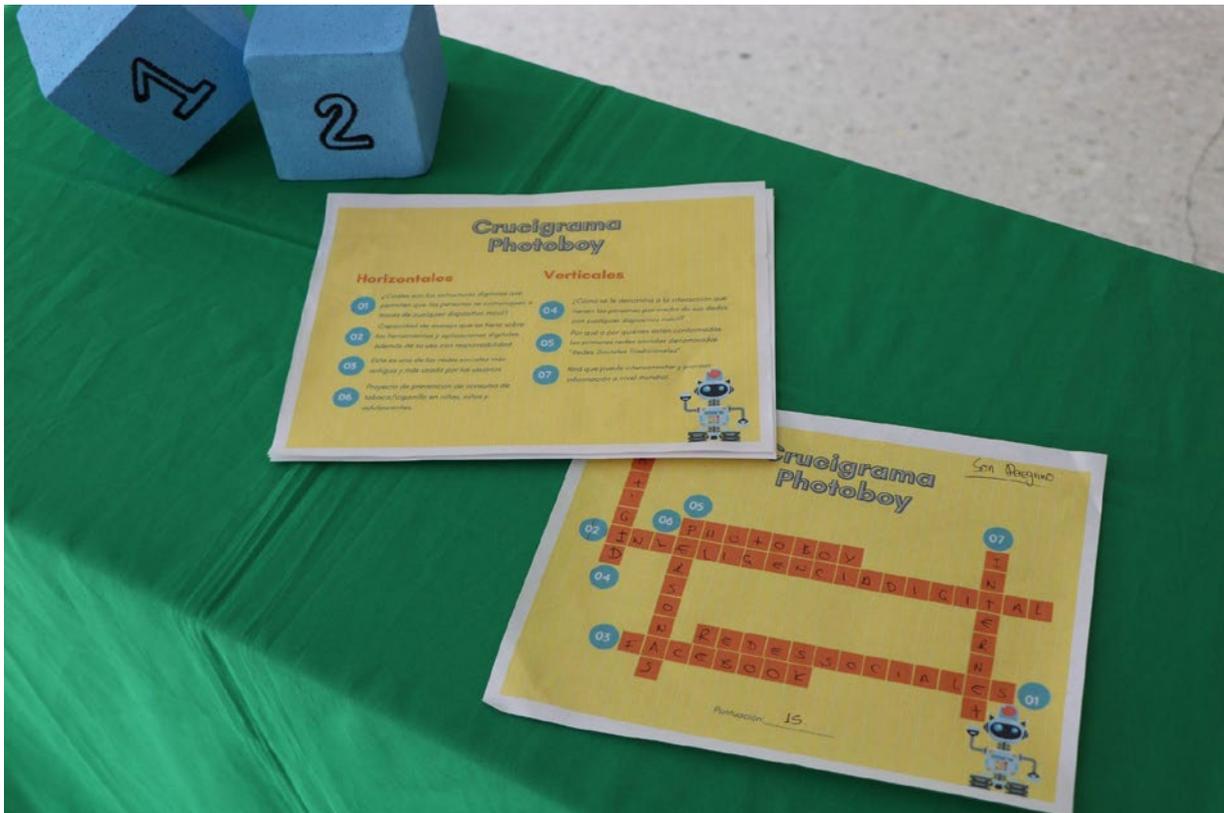
Imagen 3. Evento “Laboratorio Photoboy”



Fuente: elaboración propia.

Diversas actividades se ejecutaron durante la jornada, en el caso de la línea digital, los estudiantes debían poner a prueba los conocimientos adquiridos durante todo el proyecto, en especial, los vistos en los talleres impartidos y el material de las cartillas; además debían trabajar en equipo, ser ágiles y creativos para ganar las actividades.

Imagen 4. Actividad línea digital



Fuente: elaboración propia.

El evento permitió además que los estudiantes culminaran el proceso interactuando con otros alumnos de otras instituciones, lo que fortaleció el concepto del proceso colaborativo al igual que las estrategias pedagógicas de prevención. Los estudiantes finalizaron Photoboy, apropiándose de las diversas actividades e intercambiando opiniones sobre la prevención del consumo de tabaco y/o cigarrillo con otros alumnos.

Conclusiones

Al culminar el proceso investigativo, después de la aplicación del pre-test y post-test, las capacitaciones y diferentes actividades desarrolladas con los participantes del proyecto, se pudo concluir que las campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo se han desarrollado principalmente en el campo audiovisual y la mayoría de estas se han televisado. Además, se pudo notar que, con la aparición de las nuevas tecnologías como Internet y las diferentes herramientas digitales, algunas de estas campañas han migrado a plataformas virtuales logrando tener recordación en estos formatos.

Por ejemplo, se encontró que algunas de las campañas digitales con mayor recordación son ¡Generación Más! - “No fumo, no quiero, porque me quiero” (2014); “Mi Colilla, Nuestra Ciudad”, “Menos cigarrillo, más vida” (2015); “No fumar, es actitud” (2016) y “Que, entre colores y sabores, el tabaco no te enamore” (2019-2020). Pero, a pesar de que estas campañas pudieron llegar a tener impacto en su momento, de acuerdo a los resultados analizados del instrumento y actividades presenciales desarrolladas con la comunidad estudiantil, también se notó que son pocos los espacios digitales que ofrecen este tipo de pedagogía de prevención frente al consumo de tabaco y/o cigarrillo en el país. En los resultado del pre-test se encontró que aunque ya se ha iniciado un proceso de prevención de consumo con diferentes campañas, falta reforzarlo en el entorno digital, un espacio que cada vez más consumen las personas y en el que las niñas, niños y jóvenes se ven inmersos casi que diariamente.

A su vez, se pudo analizar que más de la mitad (50,46%, 495 personas) de los alumnos pertenecientes al proyecto afirmaron sí haber visto campañas de prevención en páginas de Internet y que la mayoría de estas las han visto en Redes Sociales Digitales, lo que deja como indicador que las redes sociales son una herramienta factible para desarrollar estrategias de pedagogía digital en prevención; herramienta que se utilizó durante el proyecto Photoboy; allí los estudiantes podían ver por medio de las historias el trabajo desarrollado en otras instituciones, además en las publicaciones podían conocer datos de interés y avances del proyecto, esto permitió generar una mayor cercanía con la comunidad impactada (link de redes sociales adjunto en referencias).

Por su parte, al analizar las respuestas obtenidas en el indicador de percepción del tabaco, se puede concluir que más del 60% (593 personas) de los alumnos encuestados tenía una mala percepción sobre el tabaquismo; y con respecto a la pregunta “¿Le parece que el tabaco lo hace ver mejor que las otras personas?”, la mayoría de alumnos respondió que esta práctica no los hace ver mejor que otras personas, y se logró un incremento del 90% en el pre-test a un 92% en el post-test, en las respuestas negativas a esta pregunta, lo que significó

que después de las actividades desarrolladas con la comunidad educativa, se logró impactar de manera positiva y así cambiar la percepción de esta práctica.

Por último, al estudiar los resultados del instrumento aplicado, se concluyó que para los estudiantes vinculados al proyecto de investigación-creación: Photoboy, más del 85% (598 personas) considera que las herramientas brindadas, a lo largo del proceso, le serán de utilidad para su vida. Sin dejar de lado que el 75% contempla que la campaña construida con sus compañeros en los espacios colaborativos y de co-creación logra causar impacto de manera local en sus instituciones o municipio, e incluso algunas pueden llegar a tener una recordación regional.

Lo anterior, sin lugar a dudas, deja en evidencia la efectividad del proyecto, demuestra que este tuvo una gran acogida por parte de los estudiantes, además denota la importancia de seguir trabajando temas de prevención en espacios educativos, donde la pedagogía en medios digitales puede ser una herramienta de gran utilidad para lograr todos los objetivos.

Finalmente, se concluye que las campañas de prevención de consumo de tabaco y/o cigarrillo pueden llegar a tener gran impacto si se desarrollan con las herramientas y en los espacios adecuados, teniendo muy claro el público al cual se quiere impactar. Además, se encontró que con actividades de intervención, donde se le dé a conocer, en este caso a los alumnos, un universo diferente que puede ser mucho más llamativo que el tabaco, por ejemplo, todas las actividades desarrolladas en las líneas del proyecto, que son: digital, sonoro y gráfico, donde los estudiantes fueron los protagonistas y creadores, se puede lograr disminuir este hábito, no solo de manera momentánea sino a futuro, donde pueden tomar la decisión consciente de alejarse de prácticas nocivas para su salud.

Referencias

- Científicamente. (2021). *Ambientes educativos Photoboy*. https://cientificamente.ucp.edu.co/tdb_templates/photoboy/
- Colciencias. (s.f.). *Apropiación Social del Conocimiento*. https://legadoweb.minciencias.gov.co/programa_estrategia/apropiacion-social-del-conocimiento
- DANE. (2019). *Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENCSPA) 2019*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encspa/comunicado-encspa-2019.pdf>
- DANE. (2020). *Encuesta nacional de consumo de sustancias psicoactivas (ENCSPA)*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/encuesta-nacional-de-consumo-de-sustancias-psicoactivas-encspa>
- Dialnet. (2019). *Prevenir el consumo de tabaco en el ciberespacio escolar de la ciudad de Pereira-Colombia*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7107260>
- Dialnet. (2012). *Educomunicación desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4184243>
- Educomunicación. (2018). ¿Qué es la Educomunicación?. <http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/educomunicacion>
- León, L. M. T., & Bonilla, N. J. V. (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).
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2018). *Reduce consumo de tabaco en Colombia*. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Reduce-consumo-de-tabaco-en-Colombia.aspx>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). *Colombia mantiene tendencia a la baja en consumo de tabaco*. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Colombia-mantiene-tendencia-a-la-baja-en-consumo-de-tabaco.aspx>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación. (2021). *Colombia superó los 8 millones de accesos fijos a internet en el primer trimestre de 2021*. <https://mintic.gov>

co/portal/inicio/Sala-de-prensa/178505:Colombia-supero-los-8-millones-de-accesos-fijos-a-internet-en-el-primer-trimestre-de-2021-Karen-Abudinen-ministra-TIC

Morduchowicz, R. (2001). Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible. *Revista Iberoamericana de Educación*, (26), pp. 97-117. <https://doi.org/10.35362/rie260980>

Observatorio de Drogas de Colombia. (2016). *Estudio Nacional de consumo de sustancias Psicoactivas en población escolar en Colombia, Informe final*. https://www.unodc.org/documents/colombia/2018/Junio/CO03142016_estudio_consumo_escolares_2016.pdf

OMS. (1986). *Carta de Ottawa para la Prevención de la Salud*. <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2013/Carta-de-ottawa-para-la-apromocion-de-la-salud-1986-SP.pdf>

OMS. (2021). *Tabaco: datos y cifras*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>

OPS. (2020). Estudio de Tabaco realizado en Colombia, una buena práctica que se comparte. <https://www.paho.org/es/noticias/19-11-2020-estudio-tabaco-realizado-colombia-buena-practica-que-se-comparte>

Páez Valdez, J. (2019). Diseño de campañas de prevención del consumo de tabaco desde la fotografía participativa: Estudio de caso en jóvenes de Pereira-Colombia. *La Tercera Orilla*, (23), pp. 19-33. <https://doi.org/10.29375/21457190.3817>

Portafolio. (2021). *Así está Colombia en cuanto a accesos a internet fijo y móvil*. <https://www.portafolio.co/economia/infraestructura/conexiones-a-internet-fija-y-movil-que-hay-en-colombia-segun-mintic-554259>

Red Educom. (2016). *Soares, Ismar de Oliveira*. <https://www.reducom.org/los-pensadores/ismar-de-oliveira-soares-es.htm>

SUISPA Caldas. (2012). *Situación del consumo de drogas en Caldas*. <https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/ODC/Documents/SUISPA/SUISPA-Caldas2012.pdf>

SUISPA Risaralda. (2012). *Sistema único de indicadores sobre consumo de sustancias psicoactivas en Colombia, informe Risaralda*. <http://www.odc.gov.co/Portals/1/Docs/SUISPA/SUISPA-Risaralda2012.pdf>

SUISPA Quindío. (2014). *Caracterización regional de la problemática de drogas en el departamento del Quindío*. http://www.odc.gov.co/Portals/1/politica-regional/Docs/2016/RE0636_quindio.pdf

The Tobacco Atlas. (2021). *American Cancer Society, Inc. y Vital Strategies*. <https://tobaccoatlas.org/country/colombia/>

Links

Photoboy Data. (2021). https://public.tableau.com/app/profile/julian.paez/viz/PhotoboyFinalParaPublicacinWeb/0_Poblacin?publish=yes

Photoboy UCP YouTube. (2021). <https://www.youtube.com/channel/UCUNmKlZxrpnmXQsaFX7RLwQ/playlists>