



UNIVERSIDAD VERACRUZANA
INSTITUTO DE SALUD PÚBLICA



“Contenido de mercadotecnia de los carteles con mensaje antitabáquico utilizados por la Secretaría de Salud de Veracruz”

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRÍA EN SALUD PÚBLICA

Area Disciplinar
COMUNICACIÓN EN SALUD,

Presenta

Gustavo Adolfo Vargas Merino

Director de tesis:

Mtro. Enrique Hernández Guerson

Xalapa Enríquez , Ver. Marzo 2007



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Dr. Raúl Arias Lovillo

Rector

Dr. Ricardo Corzo Ramírez

Secretario Académico

Lic. Víctor Aguilar Pizarro

Secretario de Administración y Finanzas

Dr. Adalberto Tejeda Martínez

Director General de Investigaciones

Dr. Ramón Flores Lozano

Director General del Área Académica de Ciencias de la Salud

Dr. Porfirio Carillo Castilla

Director General de la Unidad
de Estudios de Posgrado



Mtro. Enrique Hernández Guerson
Director

Mtra. Edit Rodríguez Romero
Coordinadora General de Docencia

Dr. Francisco Domingo Vázquez Martínez
Coordinadora del Área Disciplinar
en Comunicación en Salud

Dr. Roberto Zenteno Cuevas
Coordinador General de Investigación

Introducción

Una de las grandes preocupaciones de la salud pública es sin duda los padecimientos crónico degenerativos que impactan al hombre en diversas formas y de los cuales las afecciones relacionadas con el consumo del tabaco no son escasas ni poco graves.

Se sabe que el tabaquismo entre otros muchos padecimientos, favorece además del enfisema pulmonar y los infartos al miocardio y cerebro, diferentes tipos de cáncer, situación que en muchos sentidos tiene un potencial impacto en la salud pública de México por la casi cuarta parte de la población de nuestro país que son fumadores y que de los cuales casi tres cuartas partes inició el consumo de tabaco antes de la mayoría de edad.

Países como Gran Bretaña han prohibido la publicidad de tabaco en radio y televisión y en Italia se ha prohibido la publicidad de este producto por cualquier medio. Como una medida de ataque contra el tabaco el Gobierno Federal de nuestro país se sumó a la corriente internacional de políticas públicas contra el tabaquismo, prohibiendo la publicidad de cigarrillos por medios que, de forma masiva, pudieran incidir en la población respecto a su intención de consumo de tabaco.

No obstante los fines perseguidos por esta disposición gubernamental, el hecho de que los fumadores no estén en contacto con la publicidad de este producto no es suficiente para disminuir sensiblemente el consumo de cigarros. Los fumadores francos, o con adicción al tabaco, están lejos de verse influidos por estar expuestos a determinada cantidad de material publicitario de las tabacaleras; por lo menos en lo que a cantidad de consumo se refiere, y que no el de selección y preferencia entre una u otra marca, lo cual para el efecto deseado se vuelve irrelevante.

Se hace evidente que si estas compañías promovían diferentes estilos de vida y gracias a ello obtenían nuevos clientes y conservaban los que ya tenían, al dejar por obligación de promocionar sus productos de manera masiva tradicional, las autoridades de salud tendrían que aprovechar esta coyuntura para tratar de desposicionar desde el punto de vista de la mercadotecnia, las diferentes marcas y sus respectivos conceptos mediante estrategias de comunicación y mercadotecnia, bien pensadas, planeadas y articuladas; de tal manera que los recursos, de por si escasos, destinados a la lucha antitabáquica sean utilizados de manera mucho más eficiente.

Objetivo general

El objetivo de este trabajo es crear un criterio teórico de diseño y evaluación para los elementos gráficos comunicacionales antitabáquicos (carteles) y cuyo esfuerzo desemboque en la producción de una lista de cotejo calificadora, mediante la cual por un lado se podrán calificar elementos ya existentes y por el otro, guiar en el diseño de nuevos materiales, todo a la luz de las teorías fundamentales de imagen, comunicación y mercadotecnia. De tal manera, que esta lista permitirá que la evaluación y el eventual diseño del material no estén subordinados al criterio y gusto personales de autoridades, evaluadores y diseñadores.