

¿Aceptación o rechazo?

Estudio de recepción de las cajetillas de cigarro con advertencias gráficas en Costa Rica

Fiorella Díaz Camacho
fiodiazc@gmail.com

Tamara Rivera Castro

Emmanuel Sáenz Peña
e28emmanuel@hotmail.com

Nicole Solano Chavarría
nsolano.ucr@gmail.com

Karina Solano Murillo

*Estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva

RESUMEN

El 22 de marzo de 2012, entró en vigencia en Costa Rica la Ley General de Control del Tabaco y sus efectos nocivos en la salud, ley n.º 9028, como resultado del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control de Tabaco (CMCT OMS) del cual Costa Rica forma parte desde el 2008. Dicha ley, popularmente conocida como Ley

Antitabaco, pretende implementar normas necesarias para proteger la salud de las personas de las consecuencias que trae el consumo de tabaco y la exposición al humo de este. Por esta razón, una de las medidas que establece la ley, es la exhibición de advertencias gráficas en las cajetillas de cigarro que describan los efectos nocivos que el fumado puede traer para la salud. El presente artículo se deriva de la investigación realizada con el fin de registrar la recepción de las personas fumadoras y no fumadoras costarricenses ante las imágenes en las cajetillas de cigarrillos.

PALABRAS CLAVE

Cajetillas de cigarro - Ley 9028 - Advertencias gráficas - Recepción

ABSTRACT

In march 22nd of 2012, the General Law of Tobacco Control and its harmful effects in human health, law n. 9028 started its application due to the result of the World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control (WHO FCTC), in which Costa Rica takes part since 2008. This law, known also as Anti Tobacco Law, pretends to implement necessary rules in order to protect people's health from the consequences of tobacco smoke. Therefore, one of the regulations that establish this law, is the exhibition of the graphic warnings in the cigarettes boxes and the description of the adverse effects of smoking. This article is originated from an investigation made in order to capture the opinion of smokers and non smokers in Costa Rica, in face of the cigarette boxes and its images.

INTRODUCCIÓN

"El tabaquismo constituye la principal causa de muerte prevenible y un problema de salud

pública de relevancia a nivel mundial" (Encuesta Mundial de Tabaquismo en Jóvenes, 2012, p.9). El convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (2003) tiene como objetivo "proteger a las generaciones presentes y futuras contra las devastadoras consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo de tabaco" (p.5)

Dentro de este marco se crea en Costa Rica el capítulo IV de la Ley n.º 9028 donde se regula el uso de imágenes gráficas en las cajetillas de cigarrillos como medio de prevención y concienciación, éstas muestran algunas de las consecuencias que trae el consumo de tabaco en la salud humana.

Sin embargo, ¿es ésta la manera más efectiva de prevenir el consumo de tabaco y provocar un cambio en las personas que ya consumen? La presente investigación pretende identificar la recepción de las personas fumadoras y no fumadoras, con edades entre los 40 y 49 años, residentes del Gran Área Metropolitana, ante las advertencias gráficas de las cajetillas de cigarro derivadas del Capítulo IV de la Ley 9028: Ley General de Control del Tabaco.

Para ello, se plantean tres objetivos específicos que buscan registrar la recepción ante dichas advertencias gráficas, comparar la recepción entre personas fumadoras y las no fumadoras y, por último, determinar la posición de los consumidores ante dichas advertencias gráficas

Se trata de un estudio descriptivo y su importancia radica en que desde las diferentes ramas de la comunicación construimos mensajes y no sabemos si cumplirán el objetivo planteado. La investigación permitirá definir si las advertencias gráficas de las cajetillas de cigarro cumplen su objetivo, es decir, ser parte de la educación sobre las consecuencias del consumo de tabaco (como medio de prevención y concienciación).

Antecedentes

La temática sobre los mensajes preventivos en las cajetillas de cigarrillos se ha explorado desde dos grandes líneas temáticas; 1) Lo jurídico, y 2) Efectividad de los mensajes de advertencia y campañas anti-tabaco.

Con respecto a la primera línea temática, destaca el Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT OMS). Este es un tratado auspiciado por la Organización Mundial de la Salud que busca “velar por el derecho de todas las personas a gozar del grado máximo de salud que se pueda lograr” (OMS, 2003). En él se plantean diferentes medidas para reducir el consumo de tabaco, como por ejemplo aquellas relacionadas con los impuestos, divulgación e información sobre los productos de tabaco, el empaquetado y etiquetado de los productos, temas relacionados con la educación y concientización, entre otros.

El CMCT OMS logró 168 signatarios, entre ellos Costa Rica, país donde entró en vigor el 19 de septiembre de 2011. Dicho convenio fue el principal antecedente y causante de la creación de la Ley General de Control del Tabaco y sus efectos nocivos en la salud, ley n.º 9028, vigente a partir del 22 de marzo del 2012.

Específicamente, en el Capítulo IV, se aclaran las medidas que se deben tomar en cuenta con respecto al etiquetado de los productos de tabaco, en los cuales deberán aparecer impresas advertencias gráficas que describan los efectos nocivos del fumado. Esto con el fin de responder a uno de los objetivos de la ley, la cual se propone “fomentar la promoción, la educación para la salud, así como la difusión del conocimiento a las generaciones presentes y futuras de los riesgos atribuibles al consumo de productos elaborados con tabaco y por la exposición al humo”. (Ley n.º9029, Asamblea Legislativa, 2012).

Abordando la segunda línea temática -la efectividad de los mensajes de advertencia y campañas anti-tabaco-, desde la publicación en el 2012 de la ley hasta el presente año 2015, no se han realizado en Costa Rica estudios de percepción que demuestren la efectividad de las medidas establecidas tanto en el convenio de la ONU como en

la propia ley costarricense.

No obstante, existen estudios de países extranjeros, entre los cuales destaca el ensayo de Bustamante de Oliveira (s.f.). La autora hace un recuento de la efectividad que tuvieron las imágenes gráficas en la prevención del consumo y en el consumo mismo del tabaco en diferentes países alrededor de todo el mundo.

En el caso de Argentina, el Ministerio de Salud de la Nación realizó en su país en el 2012, la cuarta Encuesta Mundial de Tabaquismo en Jóvenes. Esta herramienta fue diseñada por la ONU, con el fin de que los países tuvieran mayor capacidad de diseñar, implementar y evaluar sus planes de acción del control de tabaco.

En cuanto al impacto de las imágenes, se presentó que el 41% de estudiantes fumadores pensaron que debían dejar el hábito y “al 45,8% de los estudiantes que nunca fumaron, las advertencias en los paquetes de cigarrillos les hicieron reflexionar en no empezar a hacerlo” (Ministerio de Salud Argentina, 2012, p.38). Además, la encuesta permite conocer los resultados que han generado las imágenes preventivas en discusión. Es posible decir que en caso Argentino, han tenido la visibilidad esperada; sin embargo, no se conoce la opinión de las personas hacia estas.

Por otro lado, en España, destaca la investigación Procesamiento cognitivo y valoración de las nuevas advertencias combinadas antitabaco propuestas por la Comisión Europea: estudio empírico en una muestra española, realizada por Crespo, Barrio, Cabestrero y Hernández en el 2007. El objetivo principal de dicho estudio fue “valorar el nivel de activación emocional y la potencial utilidad de las nuevas advertencias antitabaco combinadas (texto y foto) que la Comisión Europea ha propuesto para ser incluidas en los paquetes de tabaco” (Crespo et. al, 2007, p.163). Entre los principales resultados de la investigación, “la advertencia que generó mayor activación fue la correspondiente a la fotografía que muestra el cuello de una persona con una gran masa tumoral, seguida de la cavidad bucal con dientes y encías lesionados y la que compara un pulmón sano con otro dañado por efecto del tabaco” (Crespo et al., 2007, p.169).

Este mismo tipo de investigación se ha realizado en Guadalajara, México. Por ejemplo, Thraser, Pérez, Arillo, y Barrientos en el año 2012, publican Impacto de las advertencias con pictogramas en las cajetillas de cigarros en México: resultados de una encuesta en fumadores de Guadalajara, la cual pretende “mostrar el efecto de las primeras advertencias sanitarias (AS) con pictogramas en México” (Thraser et al., 2012, p. 254). Para ello, se llevó a cabo una encuesta transversal con una muestra representativa de 1765 personas adultas de Guadalajara, México, aplicada en 2010.

Todos los estudios anteriores, reflejan la preocupación que existe en crear mensajes preventivos y campañas antitabaco que adviertan sobre el impacto dañino en la salud que provoca el consumo de cigarrillos.

Como vacío académico se encuentra que en Costa Rica, pese a que existe una regulación que exige la presencia de este tipo de mensajes preventivos, no se han realizado estudios para registrar la percepción que han tenido los mismos. Es por ello que la presente investigación se plantea valorar si efectivamente los mensajes preventivos utilizados en Costa Rica han logrado el objetivo para el cual fueron construidos.[JER6]

Marco Teórico

Por otra parte, es importante definir algunos conceptos considerados importantes para la realización de la investigación.

Tomando en cuenta la definición de recepción de Bruhn Jensen (1992) y de estudios de recepción de Orozco (2003) se entiende, para la presente investigación, que los estudios de recepción son aquellos que estudian los procesos a través de los cuales la audiencia (en este caso consumidores) construye sus propios significados a partir de la exposición a los medios (advertencias gráficas).

Stuart Hall, en su texto El trabajo de la representación, introduce el concepto de codificación, que hace referencia a lo que la persona productora del mensaje utiliza para llevar el mensaje a su audiencia. También se define decodificación como la manera en que las audiencias leen y dan sentido al mensaje que reciben.

Para realizar la caracterización de la recepción de los consumidores (entendidos como aquellas personas expuestas a las advertencias gráficas en las cajetillas de cigarros), se utilizará la clasificación de Hall según la decodificación que se le da al mensaje.

1. Hegemónica: el consumidor apropia y se adhiere al mensaje.

2. Negociada: el consumidor apropia el mensaje, pero lo contrasta con sus propias

prácticas e ideologías.

3. Opositora: el consumidor decodifica el mensaje de manera opuesta.

Para la investigación se tomaron en cuenta personas fumadoras y no fumadoras. Por ello, es importante definir estas dos categorías. Una persona fumadora es aquella que “ha fumado por lo menos un cigarrillo en los últimos seis meses” (Programa Nacional para el Control del Tabaco, 2009, p.13), por su parte, una persona no fumadora es aquella que nunca ha fumado o ha fumado menos de 100 cigarrillos en toda su vida (Capítulo 1, artículo 4)

Además, se define el etiquetado como el “conjunto de inscripciones, leyendas, marcas y disposiciones que se imprimen en cualquier envase primario o secundario que contenga cigarrillos o algún derivado de productos del tabaco” (Capítulo I, Artículo 4). Asimismo, los mensajes sanitarios son advertencias dirigidas al consumidor y al público sobre los riesgos y daños a la salud que produce el consumo de productos del tabaco y la exposición al humo de los productos de tabaco. Pueden consistir en pictogramas, imágenes, leyendas y similares.” (Capítulo I, Artículo 4)

De acuerdo con la ley, el Ministerio de Salud definirá y aprobará los mensajes y advertencias, los cuales ocuparán el 50% de las superficies principales expuestas y ambas caras de la cajetilla deben mostrar las imágenes de la ley. Además, menciona que los fabricantes y comerciantes de productos de tabaco no podrán alterar la información consignada en las cajetillas y cartones. Tampoco, podrán colocar etiquetas u otros materiales que las oculten.

METODOLOGÍA

El estudio parte de un enfoque cualitativo que se plantea desde su conceptualización como un diseño semi-experimental retrospectivo, con la exclusividad de exponer a las personas participantes a diferentes estímulos que permitan conocer sus reacciones ante estos.

Posee, a su vez, un carácter transversal descriptivo, en la identificación de las decodificaciones de las advertencias gráficas, por parte de las personas participantes y su coincidencia -o no- con el objetivo comunicacional de estas mismas, presentes en las cajetillas (prevenir y evitar el consumo de tabaco).

Población

Las personas participantes del presente estudio corresponden a 5 personas fumadoras y 5 personas no fumadoras, con un rango etáreo entre los 40 y 49 años, cuya selección se justifica a continuación:

- Personas fumadoras de 40 a 49 años: Para la selección de este grupo se toma como fundamento el Boletín #12 del Proyecto de fortalecimiento integral de cáncer en la Red, realizado por la Caja Costarricense del Seguro Social (2014), donde se explicita que las personas fumadoras de esta edad son las que poseen el mayor porcentaje de fumado activo y la mayor cantidad de unidades diarias consumidas (promedio= 14, 03 cigarros).
- Personas no fumadoras de 40 a 49 años: se elige con motivo de realizar un análisis comparativo en los resultados de la decodificación de mensajes entre personas fumadoras y no fumadoras.

Recolección de datos

La recolección de datos se divide en dos fases. La primera de estas consiste en la recopilación del material gráfico que contienen los mensajes preventivos, propuestos en el Capítulo IV de la Ley 9028, y la clasificación de los mismos.

Las imágenes utilizadas en el desarrollo del estudio

se recopilaron desde la página web oficial del Ministerio de Salud de Costa Rica, en el apartado sobre la Ley Antitabaco. Aquí se especifican las imágenes y el etiquetado de cajetillas de cigarro, un total de 12 imágenes con sus respectivos mensajes preventivos.

Recolección de datos

La recolección de datos se divide en dos fases. La primera de estas consiste en la recopilación del material gráfico que contienen los mensajes preventivos, propuestos en el Capítulo IV de la Ley 9028, y la clasificación de los mismos.

Las imágenes utilizadas en el desarrollo del estudio se recopilaron desde la página web oficial del Ministerio de Salud de Costa Rica, en el apartado sobre la Ley Antitabaco. Aquí se especifican las imágenes y el etiquetado de cajetillas de cigarro, un total de 12 imágenes con sus respectivos mensajes preventivos.

Instrumento (ver anexo 1 y 2)

El instrumento consiste en una entrevista semi-estructurada individual. Se elaboraron 5 entrevistas a personas fumadoras y 5 entrevistas a personas no fumadoras.

La entrevista está dividida en tres secciones; la inicial busca informar al equipo de investigación sobre el perfil de las y los colaboradores en cuanto a sus usos y consumo de cigarrillos.

La siguiente sección, denominada Sección A, está construida para medir la recordación de los mensajes e imágenes gráficas por experiencias previas, sin que la persona haya sido expuesta a las fichas construidas por el equipo de investigación. En el caso de las personas no fumadoras, si estas no han visto los mensajes previamente, se hará un "pase" a la Sección B.

En la Sección B se le muestra al o la colaboradora las advertencias gráficas con sus respectivos mensajes (fichas de imágenes), esta parte es la más extensa ya que se crea con el fin de medir los conceptos relacionados con decodificación y recepción.

RESULTADOS

Al concluir las entrevistas y la recolección de estas se determina que existen tres temáticas que se pueden resaltar para sistematizar los resultados más relevantes. Por eso se divide esta sección en tres, la primera sobre el perfil del consumo y la exposición a los mensajes, luego la recordación y por último la recepción. Estas serán explicadas con más detalle en los siguientes párrafos.

Perfil de consumo y exposición a los mensajes:

Los resultados obtenidos en este punto se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 1: Exposición al mensaje.

Tipo de persona/Tema	Perfil de consumo	Exposición del mensaje
Fumadora	Iniciaron entre los 16-20 años, son fumadores diarios donde consumen alrededor de 5 cigarros por día. Practican este hábito para reducir el estrés o despejar la mente.	En su totalidad están conscientes de los cambios en las cajetillas y de las advertencias gráficas presentes.
No fumadora	Son personas que nunca han fumado, pero tienen una relación con personas fumadoras.	Al existir una relación con fumadores, las personas no fumadoras se encuentran expuestas a los mensajes de manera indirecta.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la recolección de datos. (2015)

→ **Recordación:**

Con respecto a este segundo tema, los resultados encontrados reflejan que la recordación repite un patrón en cuanto a imágenes y mensajes presentes en las cajetillas, tanto en fumadores como no fumadores. Por lo tanto, la recordación se resume en los siguientes datos.

Las imágenes que mencionan con más frecuencia son cinco de las doce analizadas, en este caso se relacionan con cáncer o daño a terceros.

Estas son las de cáncer de lengua, boca y laringe, la del aborto prematuro y por último la mencionada en su totalidad la de los pulmones dañados.

En el caso de los mensajes, el único que se recuerda con exactitud, en ambos perfiles de consumo, es el de "fumar es dañino/nocivo para la salud", ningún otro es recordado explícitamente pero se hace referencia a textos relacionados con la muerte.

→ **Recepción:**

Primero, entre estas imágenes seleccionadas como las menos impactantes está una donde la imagen es gráfica (Impotencia sexual) y no una fotografía como las demás; asimismo,

imágenes donde no hay un daño físico visible en la persona y no se percibe ninguna alteración en la imagen de quien aparece en la fotografía, solo elementos que se agregan a estas, por ejemplo: la mascarilla en un niño (su humo me daña), un identificador en los pies de una persona y una sábana blanca sobre estos (fumar mata) y los cables de un electrocardiograma sobre el pecho de una persona (fumar causa ataque al corazón).

También se denota que las imágenes más impactantes son aquellas que más se recuerdan, es de-

cir, cáncer de lengua, boca y laringe, aborto prematuro y la de los pulmones dañados, por lo que son las relacionadas a enfermedades con imágenes explicativas. Se realizan comentarios que están "son más drásticas", "no tiene nada realmente" o que "es más común".

Con respecto a la imágenes categorizadas como más impactantes, se repite el patrón de las más recordadas (cáncer de lengua, boca y laringe), acompañado de frases como "son muy duras", "no me gustaría volver a ver eso", "demasiado drásticas". Asimismo, se vuelve a mencionar el aborto prematuro fundamentado en que se está llevando a cabo un daño a otro ser humano.

En este mismo tema (recepción), se preguntó sobre el objetivo de la campaña. Los fumadores concluyen dos vías de objetivos: 1. inducir miedo a la población, ya sean fumadores o no, y 2. el motivar a la conciencia o reflexión. Asimismo, estos creen que el objetivo no se cumple porque es muy fácil ignorarlo debido al hábito que existe.

Por otro lado, las personas no fumadores coinciden que el objetivo de las imágenes preventivas es hacer que quienes fuman tomen conciencia sobre las consecuencias del fumado en la salud. Sin embargo, están quienes creen que sí está cumpliendo y otros que no se está cumpliendo debido a los siguientes comentarios; "parece que entra por un oído y sale por otro", "aún así siguen consumiendo el cigarro y fumando", "la gente que tiene este hábito sigue fumando", "que lo vean y no hagan nada me parece un poquito falta de responsabilidad social". Por otra parte, se utilizan frases como "pienso que ha ayudado mucho a los fumadores", "no sé decirle, uno sigue viendo demasiada gente fumando. Yo no creo que eso haya disminuido, no he visto cambios así muy notorios", "muchas veces sí cumplen el objetivo, pero a veces se hace caso omiso".

Al finalizar la entrevista se les pregunta sobre otras medidas que pueden alcanzar el objetivo propuesto y las opciones que dan se sintetizan en las siguientes:

- Programas educativos sobre los beneficios que trae el dejar de fumar.
- Tratamientos médicos que se puedan implemen-

tar.

- Charlas en colegios es una medida óptima, ya que a estas edades se inicia el consumo.
- Se alienta a seguir con la campaña de las imágenes.
- Se incentiva la medida sobre la prohibición de fumar en lugares públicos.
- Regulación en los centros comerciales para que disminuyan las ventas de cigarros a menores de edad.
- Disminuir la variedad de cigarros para que la elección sea limitada o bien, promocionar más otras alternativas menos dañinas.
- Competencias por dejar de fumar pueden incentivar a quienes consumen este producto, ya que al premiarse el esfuerzo pueden sentirse más motivados.

Ambas poblaciones concuerdan que la colocación de estas imágenes en las cajetillas y demás acciones se están llevando a cabo muy tarde y que el fumado ya es parte de la vida de muchas personas que difícilmente dejarán de fumar a pesar de las medidas que se han ejecutado.

DISCUSIÓN

Con la implementación de las advertencias gráficas en las cajetillas de cigarro estas dejan de ser utilizadas con el fin de mercadear el producto, entonces se vuelve un medio que busca educar a la población fumadora para disminuir el consumo de tabaco en Costa Rica y previene el inicio del fumado en la población no fumadora.

Según los hallazgos de la investigación realizada, podríamos decir que las personas fumadoras se encuentran expuestas a las imágenes con mensajes que les informan sobre los daños directos que les causa el fumado y efectos que esto trae a personas no fumadoras.

En cuanto al uso de imágenes, se encuentra que las imágenes son un medio más efectivo para llevar el mensaje a nivel de recordación que el

texto, es decir, las personas en el estudio recordaron las imágenes; sin embargo, los textos descriptivos de las imágenes no fueron recordados por ningún participante, más allá del "Fumar es dañino para la salud".

A nivel de recepción, tanto para personas fumadoras como no fumadoras, los mensajes menos impactantes son aquellos que no cuentan con una imagen visualmente perturbadora.

Es interesante que no son las advertencias gráficas cuyos mensajes conllevan implicaciones más serias para la salud las que causan mayor impacto, sino aquellas con imágenes más explícitas.

A la luz de la teoría de Codificación y Decodificación de Stuart Hall, se puede afirmar que las personas no fumadoras tienen una posición hegemónica o negociada frente al mensaje al que se les expone, ya que ellos y ellas aseguran que la exposición a las imágenes les afecta y les hace reflexionar sobre el hábito del fumado.

No es así con la población fumadora del estudio, ya que las personas fumadoras mantienen en su totalidad una posición opositora frente a las advertencias gráficas. Desde el punto de vista de la recepción, el fallo en la decodificación de los mensajes de advertencia está en tres puntos específicos: 1. el mensaje (en su texto y/o imagen) no es impactante para el consumidor, 2. se tiende a pensar que son mensajes "exagerados" o que nunca van a afectar a ese nivel presentado en las cajetillas, y 3. los y las participantes de la investigación consideran que fumar ya es un hábito y no lo dejarían sólo por ver estas imágenes.

Se concluye que los mensajes de advertencia e información sobre los daños que trae el fumado se reciben exitosamente en la población no fumadora. También se puede asegurar que dentro de la población fumadora analizada la medida falla, puesto que los mensajes no se decodifican como se pretende y es simplemente rechazado.

Aunque los mensajes sean más efectivos en la población no fumadora, los mismos están colocados en las cajetillas de cigarro donde esta población no tiene tanto contacto. Desde la investigación entonces se cuestiona, ¿por qué seguir reproduciendo estas advertencias en las cajetillas de

cigarro? ¿Por qué no trasladarlo a otros medios que resulten más cercanos a la población no fumadora?

Si bien es bueno reconocer el esfuerzo en cuanto a buscar una mejora en la salud pública, se recomienda buscar otras alternativas que interpelen a la población (planteadas por las y los participantes). Nos parece que el recurrir a programas educativos donde se destaquen los beneficios de una vida libre de fumado, brindar información de soluciones que faciliten el dejar el hábito o la regulación de la venta de tabaco a menores de edad, así como el fumado en espacios públicos, son estrategias que pueden llevar mensajes que sean aceptados en la población costarricense.

REFERENCIAS

Asamblea Legislativa (2012). Capítulo IV de la Ley General de Control del Tabaco y sus efectos nocivos en la salud del 2012

Awaisu, A., Hagi, A., Ashour, M. A., & Kheir, N. (2013). Pictorial Health Warnings on Cigarette Packages in Qatar: Preimplementation Awareness and Perceptions of Ever-Smokers Versus Never-Smokers. *Nicotine & Tobacco Research*, 15(10), 1765-1772.

Bejarano, J., & Moreno, M. (2011). Tabaquismo en Costa Rica. Implicaciones del fumado activo y pasivo en la población general. *Revista de Ciencias Sociales*, 133-134(3-4), p.167-177.

Bustamante de Oliveira (s.f). Ensayo sobre la efectividad de las Campañas AntiTabaco en los atados de Cigarrillo (CATAC) en los diversos países del mundo y su posible aplicación en la República Argentina. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/795.pdf

Caja Costarricense del Seguro Social. (2014). Proyecto de fortalecimiento integral de cáncer en la Red. Boletín #12. Recuperado de: <http://www.ministeriodosalud.go.cr/index.php/material-educativo/enfermedades/cancer/2303-boletin-n-12-cancer-de-pulmon/file>

Caja Costarricense del Seguro Social. (2014). Proyecto de fortalecimiento integral de cáncer en la Red. Boletín #12. Recuperado de: <http://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/material-educativa-vo/enfermedades/cancer/2303-boletin-n-12-cancer-de-pulmon/file>

Cataldo, J. K., Hunter, M., Berit Petersen, A., & Sheon, N. (2015). Positive and instructive anti-smoking messages speak to older smokers: a focus group study. *Tobacco Induced Diseases*, 13(1), 1-16. doi:10.1186/s12971-015-0027-x

Corominas, M. (s.f.) Los estudios de recepción. Portal de comunicación. Recuperado de: <http://ceipturodeguiera.xtec.cat/formacio/dvd2007/-materia-tdv34/m4/documents/estudiosrepcion.pdf>

Comunica a la industria tabacalera los 6 juegos de pictogramas que deberán ser impresos en los empaques primarios y secundarios de los productos de tabaco y sus derivados que se comercialicen durante la campaña anual 2014, 1 Ministerio de Salud. (2013). Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=75429&nValor3=93529&strTipM=TC

Comunica a la industria tabacalera los 6 juegos de pictogramas que deberán ser impresos en los empaques primarios y secundarios de los productos de tabaco y sus derivados que se comercialicen durante la campaña anual 2015-2016, 1 Ministerio de Salud. (2014). Recuperado de: [http://www.tobaccocontrol.org/files/live/Costa%20Rica/Costa%20Rica%20Directive%204979%20on%20GHWS%20\(2d%20Round\)%20-%20national.pdf](http://www.tobaccocontrol.org/files/live/Costa%20Rica/Costa%20Rica%20Directive%204979%20on%20GHWS%20(2d%20Round)%20-%20national.pdf)

Crespo, A., Barrio, A., Cabestrero, R. y Hernández, O. (mayo, 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*. 18 (2), 163-180. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/delta/v22n1/31732.pdf>

Decreto de 2013 sobre el Reglamento de etiquetado de los productos de tabaco y sus deri-

vados, N°37778-S de la Ley General de Control del Tabaco y sus Efectos Nocivos en la Salud (2013). Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=75275&nValor3=93278&strTipM=TC

Flores, C. (2006). El análisis de la recepción: estudio cualitativo de audiencias en TV. Boletín Datos, Diagnósticos y Tendencias. Recuperado de: <https://lexiacualitativa.wordpress.com/2006/10/23/articulo-%E2%80%9Cel-analisis-de-la-recepcion-estudio-cualitativo-de-audiencias-en-tv%E2%80%9D-publicado-en-el-boletin-%E2%80%9Cdatos-diagnostico-s-y-tendencias%E2%80%9D-de-amai/>

Ley General de Control del Tabaco y sus Efectos Nocivos en la Salud de 2012, 3 Asamblea Legislativa (2012). Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=72249&nValor3=96354&strTipM=TC#up

Ministerio de Salud Argentina (2012). Encuesta Mundial de Tabaquismo en Jóvenes, Argentina 2012. Presidencia de la Nación Recuperado de: http://www.msal.gov.ar/ent/images/stories/vigilancia/pdf/2014-03_informe-gyts-jovenes.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2003). Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. Recuperado de: <http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9243591010.pdf?ua=1>

Orozco, G. (2003). Los estudios de Recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a mucho modos. Intexto, Porto Alegre: UFRGS. (p 1-13). Recuperado de: <http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/3629/4400>

Palomo, G. (2014). Teoría de la disonancia cognitiva: Posible aporte a las políticas antitabaco. *Revista Médica de Maule*, 30 (2), 85-90.

Programa Nacional para el Control del Tabaco (2009). Manual Nacional de Abordaje del Tabaquismo. Recuperado de: <http://www.who.int/fctc/reporting/Annexsixurue.pdf>

Sabaj, O. (2006). Los mensajes de advertencia en las cajetillas de cigarrillo (MAC C): Una mirada lingüística discursiva comparativa. D.E.L.T.A. 22 (1), 81-125. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/delta/v22n1/31732.pdf>

Stuart, H. (1997). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London, Sage Publications, 1997. Cap. 1, pp. 13-74.

Thraser, J., Pérez, R., Arillo, E. y Barrientos, I. (2012). Impacto de las advertencias con pictogramas en las cajetillas de cigarrillos en México: resultados de una encuesta en fumadores de Guadalajara. Salud Pública de México, 54 (3), 254-263.

Valbuena de la Fuente, F. (s.f.). Análisis de la Recepción. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <http://www.fgbueno.es/edi/val/-ftgji34.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Guía para la entrevista de las personas no fumadoras.

Nosotras Fiorella Díaz Camacho, Tamara Rivera Castro, Nicole Solano Chavarría, Karina Solano Murillo y Emmanuel Sáenz Peña, somos estudiantes de la Escuela Ciencias de la Comunicación Colectiva en la Universidad de Costa Rica. Estamos matriculados en el curso Diseño, construcción de datos y análisis cualitativos, en el que realizamos una investigación que tiene como objetivo identificar la recepción de las personas fumadoras y no fumadoras ante las imágenes presentes en las cajetillas de cigarro. Estas son las imágenes propuestas en el capítulo IV de la Ley General de Control de Tabaco que rige en Costa Rica desde marzo de 2012.

Consideramos que su aporte, como persona no fumadora, residente del GAM y con edad entre los 40 y 49 años, será de gran ayuda para el desarrollo de la investigación.

1. ¿Alguna vez ha visto las imágenes en las cajetillas de cigarro? (se explica la ley, pero se omite el objetivo que se propone dicha ley)

Si la persona responde que sí, se procede a

preguntar: ¿Cuáles imágenes recuerda (o qué recuerda de las imágenes)? ¿Por qué las recuerda? ¿Recuerda el texto que contiene (parcial o totalmente). Luego se le muestran las imágenes.

2. Me gustaría que me dijera ¿cuál de todas le impactó más?

3. ¿Por qué esa imagen le impacta más?

4. Si pudiera contar una historia con esa imagen ¿cuál sería la historia? (su primer pensamiento)

5. ¿Por qué decidió contar esa historia? ¿A qué le remite? ¿es una historia verdadera?

6. Ahora bien, ¿cuál de todas las imágenes es la menos impactante? ¿por qué?

7. Si pudiera contar una historia con esa imagen ¿cuál sería la historia? (su primer pensamiento)

8. ¿Qué piensa de las imágenes? ¿cuál cree que es el objetivo?

9. ¿Y le parece que cumplen ese objetivo? ¿Por qué? Después de la respuesta, se le explica el objetivo de la ley.

10. ¿Considera que hay otros medios más efectivos para lograr ese objetivo?

Anexo 2. Guía para la entrevista de las personas fumadoras.

Nosotras Fiorella Díaz Camacho, Tamara Rivera Castro, Nicole Solano Chavarría, Karina Solano Murillo y Emmanuel Sáenz Peña, somos estudiantes de la Escuela Ciencias de la Comunicación Colectiva en la Universidad de Costa Rica. Estamos matriculados en el curso Diseño, construcción de datos y análisis cualitativos, en el que realizamos una investigación que tiene como objetivo identificar la recepción de las personas fumadoras y no fumadoras ante las imágenes presentes en las cajetillas de cigarro. Estas son las imágenes propuestas en el capítulo IV de la Ley General de Control de Tabaco que rige en Costa Rica desde marzo de 2012.

Consideramos que su aporte, como persona fumadora, residente del GAM y con edad entre

los 40 y 49 años, será de gran ayuda para el desarrollo de la investigación.

1. Cuénteme un poco acerca de sus hábitos de consumo

2. ¿Alguna vez ha visto las imágenes en las cajetillas de cigarro?

Si la persona responde que sí, se procede a preguntar: ¿Cuáles imágenes recuerda (o qué recuerda de las imágenes)? ¿Por qué las recuerda? ¿Recuerda el texto que contiene (parcial o totalmente). Luego se le muestran las imágenes.

Si la persona responde que no, se le muestran las imágenes.

3. Cuando compra las cajetillas de cigarro, ¿se fija en las imágenes que traen? ¿por qué?

4. Me gustaría que me dijera ¿cuál de todas le impactó más?

5. ¿Por qué esa imagen le impacta más?

6. Si pudiera contar una historia con esa imagen ¿cuál sería la historia? (su primer pensamiento)

7. ¿Por qué decidió contar esa historia? ¿A qué le remite? ¿es una historia verdadera?

8. Ahora bien, ¿cuál de todas las imágenes es la menos impactante? ¿por qué?

9. Si pudiera contar una historia con esa imagen ¿cuál sería la historia? (su primer pensamiento)

10. ¿Qué piensa de las imágenes? ¿cuál cree que es el objetivo?

11. ¿Y le parece que cumplen ese objetivo? ¿Por qué? Después de la respuesta, se le explica el objetivo de la ley.

12. ¿Considera que hay otros medios más efectivos para lograr ese objetivo?